1- ماهية علم الإقتصاد :

1. تعريف علم الإقتصاد:

ونحن على أبواب دراسة موضوع جديد لابد لنا من الإلمام بمكنون هذا الموضوع والأسس التي يقوم عليها والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها. ولذا نبدأ بتعريف هذا الحقل من حقول المعرفة، بالسؤال الذي يواجهنا إذاً في مُستهل طريقنا : ما هو علم الإقتصاد؟

لقد تعددت التعاريف التي أعطيت لتعريف علم الإقتصاد إعتماداً على النظرة التي نظر بها الكاتب أو المفكر لهذا العلم.

فقد عرّف " جون ستيوارت مل " (1806 – 1883م) علم الإقتصاد بأنه العلم الذي يبحث في طبيعة الثروة وقوانين إنتاجها وتوزيعها وأسباب الإزدهار والتخلف الإقتصادي.

أما " ولهلم روشر " (1817 – 1894م) فقال عنه: إنه ذلك العلم الذي يتناول كيفية إشباع حاجات الطعام والملبس والمسكن وتأثيرها على الحياة العامة، وكيف أن هذه الحياة تؤثر بدورها على هذا الإشباع.

أما " ألفريد مارشال " أستاذ الإقتصاد في جامعة كمبردج الإنجليزية فقد عرف علم الإقتصاد في كتابه "مبادىء الإقتصاد " المنشور عام 1890م بأنه : " دراسة للإنسان في أعماله التجارية اليومية ، وهو يتناول جزء من حياة الإنسان يتعلق بنشاطه الإجتماعي ويتصل بكيفية حصوله على الدخل. وهذا التعريف يكون بذلك قد انتقل من مجال دراسة الثروة والإنتاج إلى دراسة الدخل والتوزيع.

على أن أكثر التعاريف شيوعاً في عصرنا الحالي هو ذلك التعريف الذي ذكره الإقتصادي " ليونيل روبنز " والذي يقول فيه: " إن علم الإقتصاد يعني بدراسة النشاط الإنساني في سعيه لإشباع حاجاته الكثيرة المتزايدة بواسطة موارده المحدودة".

وعموماً يمكن بلورة تعريفين يوضحان ماهية هذا العلم :

التعريف الأول: " إن علم الإقتصاد هو ذلك العلم الذي يدرس نشاط الإنسان في استعماله لموارده المحدودة النادرة لإشباع حاجاته المتعددة".

التعريف الثاني: " علم الإقتصاد هو العلم الذي يقوم بدراسة السلوك الإنساني الخاص بتوزيع موارده المحدودة ذات الإستخدامات البديلة ، على حاجاته المتنوعة والمتجددة والمتزايدة ، لتحقيق أكبر إشباع ممكن لهذه الحاجات ".

يه

بالإ

من

تحد

قرار

السلع والخدمات، بالإضافة إلى تحديد قيمة العوائد التي سوف تحصل عليها عناصر الإنتاج نظير مشاركتها في العملية الإنتاجية .

3. **فروع الدراسات الإقتصادية :**

يمكن تصنيف الدراسات الإقتصادية إلى قسمين رئيسيين :

1- **النظرية الإقتصادية**

2- **الإقتصاد التطبيقي**

أولاً: النظرية الإقتصادية:

وتشمل النظرية **الإقتصادية** مجموعة من القواعد والقوانين والتعميمات المتعلقة بنشاط الإنسان الإستهلاكي أو الإنتاجي ، والتي تصدُق متى تحققت مجموعة من الإفتراضات ، فهي دراسة نظرية بحتة تتناول دراسة الظواهر والعلاقات الإقتصادية وتفسيرها .

وتنقسم النظرية الإقتصادية إلى فرعين هما :

أ- **النظرية الإقتصادية الجزئية:** وتهتم هذه النظرية بالتحليل الجزئي والسياسات الجزئية على مستوى الفرد أو الوحدة الإقتصادية. كما يطلق عليه تحليل جزئي لأنه عادة عندما يقوم بدراسة ظاهرة أو متغير إقتصادي لا يدرس كل العوامل التي تؤثر على هذه الظاهرة مجتمعة؛ بل يفترض ثبات جميع هذه العوامل إلا عاملاً واحداً يحاول أن يحدد مقدار تأثيره، ومن ثم ينتقل إلى دراسة أثر العامل الثاني فالثالث ، وهكذا.

ب- **النظرية الإقتصادية الكلية:** وتركز هذه النظرية على دراسة المتغيرات والظواهر والمشكلات الإقتصادية التي تواجه الإقتصاد القومي ككل، فالتحليل الكلي يهتم بدراسة الكميات الإقتصادية الكلية مثل : الحجم الكلي للإنتاج أو التشغيل أو البطالة وغيرها ، ويهتم بدراسة وتحديد قرارات على مستوى الإقتصاد القومي مثل : توزيع الاستثمار القومي أو الأنفاق القومي.

ويعتبر الإقتصادي الإنجليزي الشهير "كينز" هو مؤسس علم الإقتصاد الكلي عندما وضع مؤلفه المعروف:" **النظرية العامة في التوظيف والفائدة والنقود** " عام 1936م. وقد تزامن ذلك مع بداية ظهور التحليل الإقتصادي الكلي على يد المدرسة السويدية في ثلاثينات القرن الماضي.

ثانياً: الإقتصاد التطبيقي :

وتشمل الدراسات التطبيقية استخدام ما لدينا من معلومات نظرية وتطبيقها على القطاعات المختلفة من الإقتصاد على المستوى القومي أو الدولي أو على مستوى إقليم معين أو على زمن معين. فإذا تم التطبيق على قطاع معين من قطاعات الإقتصاد ، كان لدينا مثلاً: الإقتصاد الزراعي أو اقتصاديات للصناعة أو اقتصاديات النقل وغيرها .

وإذا كان التطبيق مرتبطاً بزمان معين كان لدينا هذا الفرع من فروع الاقتصاد التطبيقي المسمى بالتاريخ الإقتصادي ... إلخ

4. **طبيعة المشكلة الإقتصادية** :

نشأت المشكلة الإقتصادية بسبب الندرة النسبية للموارد الإقتصادية التي في حوزة الفرد أو المجتمع كما أنها تصلح لاستخدامات متعددة ، في حين تتسم الحاجات الإنسانية بالتعدد والتزايد والتنوع والتجدد .. إلخ، فعناصر المشكلة الإقتصادية تتمثل إذاً فيما يلي :

- تتعدد الحاجات الإنسانية وتتجدد وتتزايد باستمرار.
- كما تتعدد الوسائل التي يمكن من خلالها إشباع هذه الحاجات.
- غالبية وسائل الإشباع لا تتوفر في الطبيعة بشكل يجعلها صالحة للإستخدام المباشر.
- ندرة الموارد الإقتصادية التي تتيح لنا الحصول على وسائل إشباع الاحتياجات بشكل وفير.
- كما أن هذه الموارد توجد لها عدة استعمالات بديلة .
- ومن ناحية أخرى فإن : الفرد (وكذلك المجتمع) يسعى إلى الحصول على أقصى إشباع ممكن لحاجاته بأقل جهد وتكلفة ممكنة ، سواء كان ذلك من جانب المستهلكين أو من ناحية المنتجين.

ومما سبق يمكن اختصار المشكلة الإقتصادية في الآتي :

الحاجات الإنسانية الغير محدودة ، والموارد النادرة المتاحة ،وكيفية توزيع الموارد على نحو يلبي أقصى إشباع ممكن للحاجات

* والمشكلة الإقتصادية تواجه الفرد كما تواجه المجتمع :

- **بالنسبة للفرد** : تتمثل المشكلة الإقتصادية في أن دخله محدود نسبياً مقارنة باحتياجاته ، وبالتالي فإنه أمام عملية اختيار ووضع الأولويات والتضحية ببديل أو عدة بدائل عندما يختار بديل معين، أي أنه يضحي بحاجة أو حاجات أخرى عندما يختار إشباع حاجة معينة.

- **وبالنسبة للمجتمع** : تعني المشكلة الإقتصادية أيضاً أن موارده محدودة نسبياً مقارنة باحتياجاته ، ومن ثم لا بد على المجتمع أو القائمين على الإقتصاد فيه أن يختار ويضع أولويات ويتنازل عن إشباع حاجات معينة مقابل إشباع حاجات أخرى أهم ، أي أنه يقوم بتوجيه وتخصيص الموارد المتاحة على إستخدامات محددة ، بحيث يتم تخصيص هذه الموارد تخصيصاً أمثلاً ، ومن ثم يتم توزيع السلع والخدمات التي يتم إنتاجها بأفضل طريقة على أفراد المجتمع ، وعلى النحو الذي يحقق أقصى إشباع ممكن ، مع مراعاة أن تخصيص هذه الموارد يتم بناءً على تحديد أولويات معينة تلبي تفضيلات ورغبات أفراد المجتمع.

حل المشكلة الإقتصادية :

إن وجود المشكلة الإقتصادية الناشئة عن ندرة الموارد وقصورها عن إشباع رغبات واحتياجات الفرد والجماعة يُحتِّم على كل من الفرد و المجتمع ضرورة البحث عن مخرجٍ أو حل لهذه المشكلة على النحو الذي يتيح العلاج الناجح لها ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال ثلاثة مباديء متكاملة وهي :-

أ- **التعاون** : فالإنسان بمفرده عاجزاً عن توفير كافة إحتياجاته ، الأمر الذي يؤدي تلقائياً إلى الإحساس بالرغبة في العمل الجماعي وتكامل الجهود لصالح الجميع .

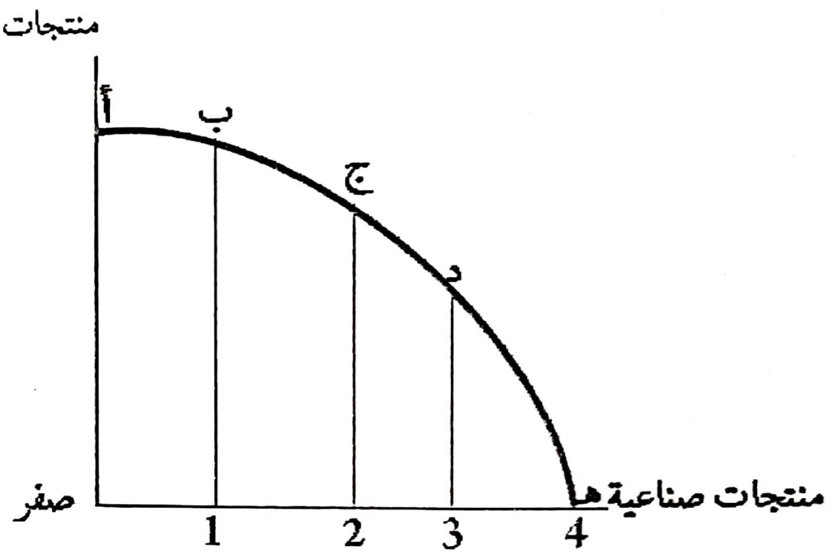
ب- **التخصص** : باعتبار أن التعاون مبدأ أساسي لحل المشكلة الإقتصادية ، فقد ترتب على ذلك ظهور ظاهرة توزيع الأدوار والواجبات والمسئوليات حسب كفاءة وقدرات أفراد المجتمع ، فيقوم بأعمال الزراعة من يجيد ممارستها ، وبالمثل الحرف والمهن المختلفة ، أي يتخصص كل فرد حسب مهاراته وإمكانياته ورغبته في ممارسة نشاط معين.

ت- **التبادل** : نتيجة للتعاون والتخصص ظهر مبدأ ثالث وهو التبادل بين الأفراد كوسيلة لاستكمال إشباع رغباتهم واحتياجاتهم ، فيتم تبادل ما ينتجه الفرد مع ما ينتجه غيره . وقد أخذت عملية المبادلة صوراً مختلفة ، كان أولها التبادل العيني (المقايضة) أي تبادل سلعة مقابل سلعة ، حتى ظهرت النقود وسهّلت عملية التبادل.

5. **الإختيار وتكلفة الفرصة البديلة ومنحنى إمكانيات الإنتاج :-**

من واقع دراسة المشكلة الإقتصادية وتحليل عناصرها نخلص إلى أنه هناك قرارات إقتصادية لابد من اتخاذها لتقرير الإختيارات المناسبة سواء على مستوى الفرد أو مستوى المجتمع ، وأي قرار يتم اتخاذه يعني في ذات الوقت التضحية ببديل معين من أجل الحصول على بديل آخر، وبالتالي فإنه إذا اختار الفرد أو المجتمع توجيه عناصر الإنتاج المتاحة له لإنتاج سلعة أو خدمة معينة ، فهو يضحي تلقائياً باستخدامها في إنتاج سلعة أو خدمة أخرى. وهكذا يتكون ما يسمى بمنحنى إمكانيات الإنتاج :

شكل رقم (1) : منحنى إمكانيات الإنتاج



ويتضح من الشكل أعلاه مايلي :

- يمثل منحنى إمكانيات الإنتاج مجموعة من الإختيارات المتاحة أمام الإقتصاد أو المجتمع لاستخدام موارده الإقتصادية ، ويُفترض أن كل اختيار يمثل أقصى ما يمكن أن ينتجه هذا المجتمع باستخدام موارده الإقتصادية.
- أن النقطة (أ) توضح حالة توجيه وتخصيص كل موارد المجتمع لإنتاج منتجات زراعية فقط ، والنقطة (هـ) تمثل حالة تخصيص جميع الموارد لإنتاج منتجات صناعية.
- وبين النقطتين (أ) ، (هـ) توجد ثلاثة اختيارات لخفض الإنتاج الزراعي والتضحية بجزء منه من أجل الحصول على منتجات صناعية .
- يلاحظ أن منحنى إمكانيات الإنتاج يتخذ الشكل المحدّب عاكساً تزايد عدد الوحدات التي يجب التضحية بها من السلع الزراعية من أجل الحصول على وحدات متزايدة من السلع الصناعية .
- يُفترض أن كل النقاط على منحنى إمكانيات الإنتاج تمثل حالة استخدام واستغلال أمثل للموارد المتاحة.

6. <u>بعض المصطلحات الأساسية في علم الإقتصاد</u> :

6-1. <u>الإستهلاك</u> : المقصود بالإستهلاك استخدام السلع والخدمات في إشباع الحاجات الإنسانية وينتج عن استهلاك السلع الاستهلاكية نهاية منفعة هذه السلع . وفي حالة السلع المعمرة نجد أنها تستخدم لمرات عديدة وعلى مدار فترة من الزمن ، إلا أن منفعتها تتناقص تدريجياً مع مرور الوقت.

نالت هذه النظرية اهتماماً كبيراً من جانب المفكرين الإقتصاديين ، نظراً لأنها تناقش موضوع مهم وهو سلوك المستهلكين في سعيهم لإشباع حاجاتهم ، ورغباتهم المدعومة بالقدرة الشرائية التي تمكنهم من إشباع تلك الحاجات ، وذلك في خلال فترة زمنية معينة ، وفي سوق معينة ، ويتأثر سلوك المستهلكين ليس فقط بسعر السلع والخدمات التي يرغبون في شرائها ، ولكن أيضاً بالعديد من العوامل الأخرى ، مثل مستويات دخولهم ، الأذواق ، وغير ذلك من العوامل الأخرى التي سيتم إيضاحها في حينه.

وفيما يلي سيتم تناول بعض التعريفات والمفاهيم المتعلقة بالطلب :

2-1. مفهوم الطلب :

يقصد بالطلب على السلعة أو الخدمة " تلك الكميات من السلعة أو الخدمة التي يكون المستهلكون راغبون ومستعدون لشرائها عند الأثمان المحتملة في سوق معينة ، وفي زمن معين ، مع وجود قوة شرائية كافية للحصول عليها ، ومع افتراض بقاء العوامل الأخرى (خلاف السعر) على حالها .

2-2. دالة الطلب :

توضح العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة والسعر (أو أي من العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب).

متغير تابع		متغير مستقل
الكمية المطلوبة	=	دالة (في السعر)

فهي تتكون من متغيرين ، أحدهما مستقل ويؤثر في الآخر (التابع) :

ويمكن أن تأخذ دالة الطلب الصورة التالية عند الأخذ في الإعتبار العوامل الأخرى التي تؤثر في السعر:

الكمية المطلوبة = د (س) + د (ل)

حيث تمثل (ل) أي من العوامل المؤثرة في حجم الطلب ، أو كلها مجتمعة .

2-3. قانون الطلب :

ويُعرّف أثر الثمن على الطلب بأسم : " قانون الطلب " وينص على أنه :

" كلما ارتفع ثمن سلعة ما تنخفض الكمية المطلوبة منها ، وكلما انخفض سعر السلعة كلما زادت الكمية المطلوبة منها ، بفرض ثبات العوامل الأخرى التي يمكن أن تؤثر على الطلب " ، أي توجد علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة والسعر ، بشروط بقاء العوامل الأخرى ثابتة .

وسبب هذه العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والثمن عاملين أساسيين ، هما : **أثر الإحلال وأثر الدخل**

أ. **أثر الإحلال :** فإذا انخفض سعر سلعة ما أصبح سعرها أرخص نسبياً من سعر السلع البديلة لها التي بقيت أسعارها ثابتة ، فيقوم المستهلك بإحلال المزيد منها محل السلع الأخرى البديلة .

ويُفسَّر أثر الإحلال بأن المستهلك يرغب في تحقيق أقصى منفعة ممكنة من إنفاق دخله فيقوم بإعادة توزيع ما يخصصه من دخله للإنفاق على السلع المختلفة بالطريقة التي تمكنه من تعظيم المنفعة الكلية التي يحصل عليها من إنفاقه على تلك السلع ، عن طريق شراء المزيد من السلعة التي انخفض ثمنها محل السلع الأخرى التي بقيت أسعارها ثابتة .

ب. **أثر الدخل :** إن انخفاض أسعار بعض السلع مع ثبات الدخل النقدي للمستهلك يعني زيادة الدخل الحقيقي لهذا المستهلك ، أي زيادة القوة الشرائية لدخله ، فيتمكن من شراء المزيد من السلع أكثر من ذي قبل .

2-4. استثناءات من قانون الطلب :

إن العلاقة العكسية بين الثمن والكمية المطلوبة لا تمثل قانوناً ينطبق في جميع الحالات ، ولكنه قانون نسبي له بعض الإستثناءات ، وإن دالة الطلب قد تصبح ذات اتجاه موجب ، ومن هذه الإستثناءات :

أ. بعض الافراد أصحاب الدخول المرتفعة للغاية يدفعهم حب التفاخر والظهور والتميز عن غيرهم إلى اقتناء بعض السلع مرتفعة الثمن (سلع المفاخرة) كالأحجار الكريمة والسيارات الفارهة ، حيث تشبع عندهم رغبة التباهي والتفاخر بامتلاكها أو استهلاكها أمام الآخرين ، ومن المتصور أن يؤدي ارتفاع أسعار مثل هذه السلع إلى زيادة الكمية المطلوبة منها من جانب هذه الفئة من المستهلكين ، وتكون دالة الطلب في هذه الحالة متزايدة .

ب. يعتقد بعض الأفراد أن ارتفاع السعر مؤشراً ودليلاً على جودة السلعة ، وأن السلع ذات الثمن المنخفض تكون عادة ذات جودة رديئة . وهذا الإعتقاد يدفع هؤلاء إلى زيادة الكمية المطلوبة من السلع التي يرتفع ثمنها ، والعكس عندما ينخفض ثمنها .

ت. بعض المستهلكين يتوقعون أنه عندما يحدث إنخفاض في ثمن سلعة ، فإنه يمكن أن يليه إنخفاض آخر ، الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى انخفاض الكمية التي يطلبونها من تلك السلعة التي انخفض ثمنها .

ث. كما يوجد إستثناء يرتبط بما يُسمى " لغز جيفن " فقد لاحظ هذا الرجل الإنجليزي أن بالنسبة للأسرة الفقيرة فإن ارتفاع سعر الخبز يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة منه من جانب هذه الأسر وليس إلى خفض الكمية المطلوبة منه حسب قانون الطلب .

وقد فسّر ذلك بأن استهلاك الخبز أصبح يؤدي إلى إلتهام جزءً كبيراً من دخل الأسر الفقيرة ، بحيث أنها تضطر إلى خفض مشترياتها من السلع الأخرى الأعلى ثمناً مثل الفاكهة واللحوم , وحيث أن الخبز يظل برغم ارتفاع سعره هو الغذاء الأرخص مقارنةً بأنواع الأطعمة الأخرى ، فإن هذه الأسر تحل كميات إضافية منه محل السلع الأخرى التي انخفضت مشترياتها منها ، وهكذا نرى أن الكمية المطلوبة من الخبز زادت عندما ارتفع سعره .

5-2. <u>جدول الطلب :</u>

يُعبّر جدول الطلب عن الكميات المختلفة من سلعة ما يكون المستهلك على استعداد لشرائها عند أسعار إفتراضية مختلفة لهذه السلعة خلال فترة زمنية معينة ، هذا مع افتراض ثبات العوامل والظروف الأخرى خلاف السعر ، والتي يمكن أن تؤثر على الطلب .

إذاً، جدول الطلب يُعبّر عن علاقة بين متغيرين ، أحدهما "السعر" ، والثاني "الكمية المطلوبة" عند كل سعر افتراضي .

والذي يبدأ في التغير هو السعر ، والكميات المطلوبة تتغير تبعاً للتغيرات التي نفترضها على السعر ، ولذا يطلق على السعر : المتغير المستقل ، أما الكميات فتُسمّى : " المتغير التابع " فمثلاً: إذا افترضنا أن المستهلك (أ) يريد أن يشتري سلعة معينة فإنه يذهب إلى السوق وفي ذهنه توقعاتٍ لأسعارٍ مختلفةٍ لهذه السلعة ، والكمية التي يمكن أن يطلبها عند كل سعر . ويُلاحظ أنه لابد من توافر شرطيّ الرغبة والإستطاعة حتى نقول أننا أمام " طلبٍ فعّالٍ" . فالرغبة في شراء السلعة مع عدم قدرة المستهلك مالياً على الحصول عليها لن يؤدي إلى شرائها . ومن جانب آخر ، فإن القدرة على الشراء مع عدم الرغبة في الحصول على السلعة لن يؤدي إلى وجود طلب فعّال على السلعة ، كما يجب تحديد المدة

الزمنية التي يتم خلالها دراسة طلب المستهلك على السلعة ، حيث يمكن أن تتغير تفضيلات المستهلك وأن يتغير ذوقه ... الخ ، مع مرور الزمن .

طلب المستهلك الفردي :

يمكن تعريف طلب الفرد على سلعةٍ ما بأنه : " الكميات المختلفة من سلعةٍ أو خدمةٍ ما والتي يكون المستهلك راغباً في شرائها وقادراً على ذلك عند الأسعار المحتملة خلال فترة زمنية معينة ، مع بقاء العوامل والظروف الأخرى على حالها " . كما يتضح من الجدول التالي :

جدول رقم (1) جدول الطلب الفردي على سلعة ما :

السعر بالجنيه	الكمية المطلوبة بالكيلو
8	1
6	2
4	3
2	4

ويُطلق على الجدول السابق " جدول طلب المستهلك الفردي " ، فهو خاص بمشتري معين وفي يوم معين وسوق محددة ، أي أن شكل هذا الجدول قد يختلف بالنسبة لنفس المشتري وفي يوم آخر ، كما أنه قد يختلف بالنسبة لمشتري آخر في نفس اليوم . فهذا الجدول يُعبّر عن أسعار إفتراضية متتابعة لسلعة معينة ، يكون عند كل منها استعداداً لهذا المستهلك للشراء بكميات معينة وذلك في خلال فترة زمنية محددة .

فلو افترضنا أن مستهلكاً معيناً يريد شراء سلعة معينة فإنه يذهب إلى السوق وفي ذهنه توقعاً معيناً للسعر في هذا اليوم ، وللكمية التي سوف يشتريها عند هذا السعر على أنه قد يجد السعر مختلفاً عمّا توقعه قبل نزوله إلى السوق . فإذا كان السعر أكبر مما كان يتوقع فإنه قد يعدل عن الشراء ، أو يشتري كمية أقل عن ما كان ينوي شراؤه .

أما إذا كان السعر أقل مما توقع ، فإنه يزيد الكمية التي يطلبها ، وكلما ازداد السعر انخفاضاً ، كلما كانت الكمية المشتراه أكبر . ولكن هذا الإتجاه يسري في حدود معينة فهناك عادةً حد أقصى للكمية التي سوف يشتريها الفرد مهما انخفض الثمن .

جدول طلب السوق (الطلب الكلي) :

بجمع عدة جداول طلب فردي يمكن أن نحصل على جدول الطلب الكلي أو طلب السوق على سلعة معينة في نفس السوق ونفس اليوم . فجدول الطلب الكلي يُعبّر عن مجموع الكميات التي يكون مجموع المشتريين على استعداد لشرائها عند عدة مستويات من الأسعار الإفتراضية ، وبفرض ثبات العوامل الأخرى .

جدول رقم (2) الطلب الكلي على إحدى السلع :

سعر الوحدة بالجنيه	الكمية التي يطلبها المستهلك الأول	الكمية التي يطلبها المستهلك الثاني	مجموع الطلب الكلي
15	1	2	3
14	2	3	5
13	3	4	7
12	4	5	9
11	5	6	11
10	6	7	13

ويجب أن نتذكّر أن جدول الطلب الكلي وكذلك جدول الطلب الفردي يُعبران عن إستعدادٍ فعلي من المستهلكين لشراء كميات معينة من سلعة ما ، وفي فترة زمنية محددة ، وعند أسعار إفتراضية متعددة، على أن تتوفر المقدرة على دفع ثمنها مع ثبات العوامل الأخرى .

6-2. منحنى الطلب الفردي ومنحنى الطلب الكلي :

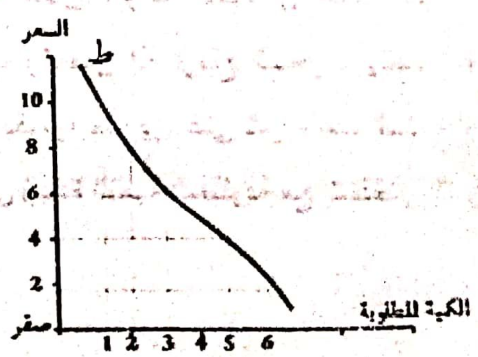
أ. منحنى الطلب الفردي :

يُمثّل منحنى الطلب التعبير البياني للعلاقة بين الكمية المطلوبة من إحدى السلع عند المستويات المختلفة المحتملة لسعرها ، وذلك بالنسبة لمستهلك واحد ، أما عن كيفية إشتقاق منحنى الطلب وبيان إتجاهه ، فإنه يمكننا عمل ذلك عن طريق تمثيل البيانات الواردة في جدول الطلب الفردي على الرسم البياني الذي نقيس فيه الأثمان على المحور الرأسي، والكميات المطلوبة على المحور الأفقي ، وبالتالي فإننا نتوصل إلى " منحنى الطلب " . وذلك على النحو التالي :

جدول رقم (3) الطلب الفردي :

السعر بالجنيه	الكمية المطلوبة بالكيلو
10	1
8	2
6	4
4	6

شكل رقم (2) : منحنى الطلب الفردي

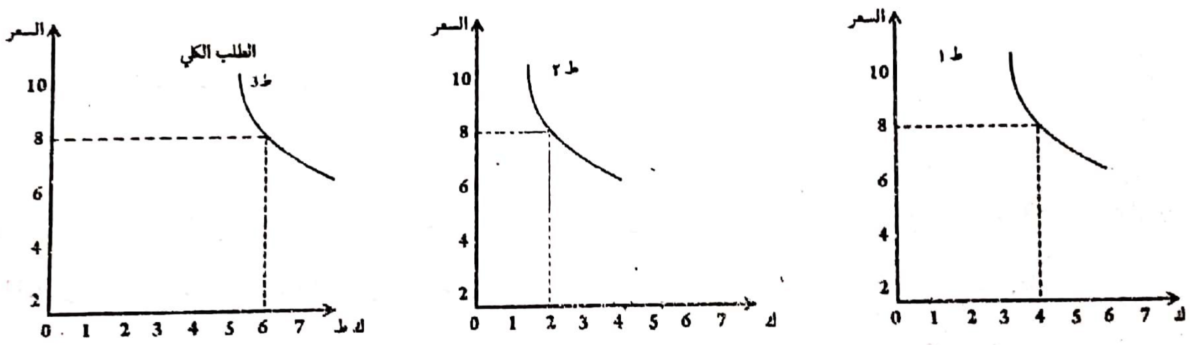


ونلاحظ أن منحنى الطلب عادة يتجه من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين ، فهو سالب الميل ، ويؤكد أن العلاقة عكسية بين السعر والكمية المطلوبة .

ب- منحنى الطلب الكلي (أو طلب السوق) :

يمكننا الحصول على منحنى الطلب الكلي عن طريق تجميع كل المنحنيات الفردية . فنفترض أنه لدينا مستهلكان فقط يقومان بطلب كميات مختلفة من إحدى السلع مقابل الأسعار المختلفة مع ملاحظة أن كل من هذين المستهلكين يواجهان نفس المستويات من الأسعار ، بينما تختلف الكميات التي يطلبها كل منهما مقابل كل سعر . ونفترض أنه عند سعر 8 جنيهات اشتري المستهلك الأول 4 وحدات من سلعة ما ، واشترى المستهلك الثاني وحدتان فقط ، فيكون لدينا طلب كلي على هذه السلعة مجموعة 6 وحدات ، كما يتضح من الأشكال الثلاثة التالية :

شكل رقم (3) منحنى الطلب الكلي :



ونلاحظ من الشكل أعلاه :

أن منحنى طلب السوق يأخذ نفس شكل منحنى طلب المستهلك الفرد ، فهو يتجه من أعلى إلى أسفل وإلى جهة اليمين ، وهذا معناه أن الكمية التي يطلبها المستهلكون من السلع والخدمات تزيد إذا انخفض السعر ، وتنقص إذا ارتفع السعر ، وتفسير هذه العلاقة العكسية بأن انخفاض الثمن يجتذب مشترين جدد لم يكونوا قادرين على شراء هذه السلعة أو الخدمة ، كما أن المشترين الموجودين بالسوق فعلاً يتجهون إلى زيادة الكمية المطلوبة مع انخفاض الثمن .

2-7. العوامل المحددة للطلب :

فيما يلي سوف نناقش العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما كمتغير تابع ، والعوامل التي يمكن أن تؤثر في حجم هذه الكمية كمتغير مستقل ، فالكمية المطلوبة تتحدد بهذه العوامل كل على حدة أو مجمّعة ، أو بسبب حدوث تغير في أكثر عامل من هذه العوامل في ذات الوقت ، وسوف نتجه عند تحليل درجة استجابة الطلب للتغيرات في العوامل المستقلة ، إلى تحليل العلاقة الجزئية بين طلب المستهلك كمتغير تابع ، ومع كل متغير من هذه المتغيرات المستقلة ، كل على حدة ، وهذه المتغيرات هي :

2-7-1. سعر السلعة نفسها :

إن العلاقة ما بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة وسعرها عادة ما تكون علاقة عكسية ، مع افتراض ثبات بقية العامل الأخرى على حالها . فإذا ارتفع سعر إحدى السلع ، انخفضت الكمية المطلوبة منها ، مع ثبات العوامل الأخرى ، والعكس . وسبب هذه العلاقة العكسية :

أ. **أثر الإحلال :** فإذا انخفض سعر سلعة معينة ، أصبح سعرها أرخص نسبياً من السلع البديلة لها ، فيقوم المستهلك بإحلال المزيد من هذه السلعة التي انخفض ثمنها محل كميات من السلع البديلة التي لم ينخفض سعرها .

ب. **أثرها الدخل :** عندما تنخفض الأسعار مع بقاء العوامل الأخرى على حالها فهذا يعني زيادة الدخل الحقيقي للمستهلك (زيادة القوة الشرائية) ، فتزداد الكمية التي يمكنه طلبها من هذه السلعة ومن غيرها من السلع الأخرى .

2-7-2. التغيرات في الدخل الحقيقي للمستهلك :

وينصرف الدخل الحقيقي إلى كمية السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها المستهلك بدخله . فيزيد الدخل الحقيقي مثلاً: لو ارتفع الدخل النقدي للمستهلك مع ثبات الأسعار ، فإنه من الطبيعي أن نتوقع أن يزداد ما يطلبه هذا المستهلك من بعض السلع والخدمات برغم ثبات سعرها . أما إذا إرتفعت الأسعار بنسبة أعلى من نسبة زيادة الدخول النقدية ، فإنه هذا المستهلك قد يطلب كمية أقل من السلعة برغم ارتفاع دخله النقدي ، حيث أن دخله الحقيقي – وهو الأمر المهم – قد انخفض .

غير أنه يجب ملاحظة أن لإرتفاع الدخل الحقيقي تأثيران مختلفان على السلع المطلوبة ، ويختلف هذا التأثير حسب نوع السلعة ، وبيان ذلك :

أ. **بالنسبة للسلع العادية والفاخرة :** فإن الطلب يزيد عليها عادة مع تحسّن الدخول الحقيقية .

ب. **بالنسبة لما يُسمى بالسلع الدنيا (أو الرديئة) ، أي السلع التي يقبل عليها الفقراء تحديداً**، مثل بعض أنواع الطعام وغيرها من السلع رخيصة الثمن ، فإن المستهلك يطلب كميات أقل منها عندما يرتفع دخله ، أي أن العلاقة بين دخل المستهلك والكمية المطلوبة علاقة عكسية . وبيان ذلك أن المستهلك الذي زاد دخله يستعيض عن كمية من هذه السلع بشراء كميات متزايدة من السلع الأفضل في النوعية متأثراً بزيادة دخله الحقيقي .

2-7-3. أسعار السلع الأخرى :

إن تغير أسعار بعض السلع الأخرى قد يؤثر على الطلب على السلعة محل الدراسة . وهذا يعتمد بالطبع على نوع السلع الأخرى . ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من هذه السلع :

أ. **السلع البديلة :** وهي السلع التي تتنافس على إشباع حاجة معينة لدى المستهلك . أي يمكن استعمالها كبدائل لبعضها البعض ، بحيث تعطي نفس الدرجة من الإشباع أو درجة قريبة منها مثل الأنواع المختلفة من البرتقال ، أو الشاي والبن ، فإذا ارتفع سعر البن مثلاً ، فإننا نتوقع ازدياد الطلب على الشاي ، أي أن العلاقة طردية بين السلعتين البديلتين .

ب. **السلعة المكمّلة :** وهي السلعة التي لا يمكن إستهلاك إحداها منفردة بدون استخدام الأخرى في نفس الوقت حتى يمكن إشباع حاجة معينة لدى المستهلك ، ومن أمثلة هذه السلع المكملة : السيارة والبنزين ، والشاي والسكر ... الخ .

ونلاحظ وجود علاقة عكسية بين هاتين السلعتين ، فإذا ارتفع سعر البنزين فإن الطلب على السيارات سينخفض ، برغم ثبات سعرها ، حيث أنهما من السلع المكمّلة .

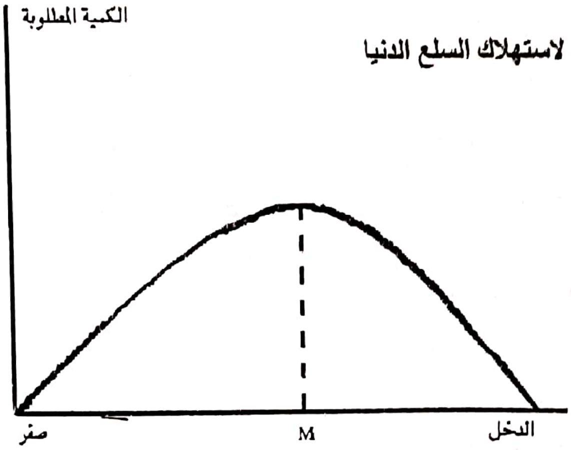
ج. **السلع المستقلة :** وهي السلع التي لا يرتبط استعمال أو استهلاك الواحدة منها بالأخرى ، مثل السيارة والتلفزيون ... الخ ولا يؤثر تغير سعر إحدى السلع المستقلة على الكمية المطلوبة من السلعة أخرى إطلاقاً.

2-7-4. ذوق المستهلك : إذا تغيرت أذواق وتفضيلات المستهلكين واتجهت لصالح سلعة معينة (متأثرة بالدعاية والإعلانات وغيرها) فسوف يزداد الطلب على هذه السلعة ، برغم ثبات سعرها .

2-7-5. توقعات المستهلكين لتطور الأسعار : فإذا توقع المستهلكون إرتفاع سعر سلعة في المستقبل أو نفاذها من الأسواق ، فهذا يمكن أن يؤدي إلى زيادة الطلب عليها ، برغم ثبات سعرها حالياً .

2-7-6. أثر التفاؤل بتحسن الدخل في المستقبل : إذا تفاءل الأفراد وتوقعوا زيادة دخلهم وتحسن أوضاعهم المالية في المستقبل ، فإن ميلهم للإستهلاك سيزداد ، وبالتالي يزداد طلبهم على السلع والخدمات

شكل رقم (6) منحنى إنجل لاستهلاك السلع الدنيا



ويتضح من الشكل السابق أن صاحب الدخل المنخفض للغاية يكون استهلاكه متدنياً حتى من السلع الدنيا منخفضة الثمن ، وعندما يبدأ دخله في التحسن فإن استهلاكه من هذه السلع يتزايد تدريجيا مع زيادة دخله، حيث يصبح في مقدوره شراء كميات أكبر تكفيه من إستهلاكه من هذه السلعة ، حيث يبدأ تدريجياً في إحلال سلع أكبر قيمة محلها ، ويبدأ في الخفض المتتالي للكمية التي يشتريها من هذه السلعة .

10-2. مرونة الطلب

إن النتيجة التي خرجنا بها من دراسة فكرة الطلب هي وجود علاقة عكسية بين ثمن السلعة والكمية المطلوبة منها. وأنه مع بقاء العوامل والظروف الأخرى على حالها (مثل الدخل والأذواق وأسعار السلع الأخرى ...الخ) فإنه من المعتاد أن تزداد الكمية المطلوبة من سلعة إذا انخفض ثمنها ، وهي العلاقة التي تسمي " قانون الطلب ".

والآن نتقدم خطوة أخرى في إطار تحليلنا لموضوع الطلب ، لنقوم بتحديد درجة ومدى التغير الذي يطرأ على الكمية المطلوبة نتيجة تغير الثمن . فإن الذي يهم رجل الأعمال في الحياة العملية ، هو معرفة درجة حساسية أو تجاوب الكمية المطلوبة من سلعة ما للتغير في الأسعار. فإن أدرك رجال الأعمال أن تخفيضاً قليلاً من ثمن بيع سلعهم سوف يؤدي إلى زيادة الكمية المباعة منها بنسبة كبيرة ، وبالتالي سيزداد إيرادهم الكلي وترتفع أرباحهم ، فإنهم سوف يقبلون هذا التخفيض . إن تحليلات المرونة وكيفية قياسها من أهم الموضوعات الإقتصادية التي تهم صانع القرار سواء على مستوى الوحدة الإقتصادية أو على المستوى القومي .

من هنا نشأت ضرورة وجود مقياس يمكن به قياس درجة تجاوب التغير في الكمية المطلوبة إذا تغير الثمن ، وهذا المقياس يُطلق عليه " معامل المرونة " . وهذا ما فعله الإقتصادي الإنجليزي " ألفريد مارشال " عندما تكلم عن ظاهرة " مرونة الطلب " .

تعريف مرونة الطلب :

تعرّف مرونة الطلب بأنها: " مقياس يوضّح درجة واستجابة أو حساسية التغير في الكمية المطلوبة من سلعة ما إلى التغير في ثمنها مع ثبات العوامل الأخرى ".

وتشير بذلك مرونة الطلب إلى تمدد الكمية الكمية المطلوبة على نفس منحنى الطلب نتيجة التغير في الثمن .

على أننا يجب أن نلاحظ أن مدى استجابة الكمية المطلوبة للتغير في ثمنها يتفاوت من سلعة إلى أخرى . فدرجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة ضرورية كالدواء مثلاً للتغير الذي يحدث في سعره قد تكون منعدمة ، ويقال في هذه الحالة أن الطلب على الدواء " عديم المرونة ".

أما في حالة السلع الكمالية مثلاً فإننا نلاحظ أن تغيراً طفيفاً بالإرتفاع في سعرها ، يمكن أن يؤدي إلى انخفاض كبير في الكمية المطلوبة منها ، وهذا ما يُطلق عليه " الطلب المرن " أو "الطلب كبير المرونة" .

2-10-1. أهمية دراسة مرونة الطلب :

على الرغم من أن مفهوم المرونة مفهوم نظري يصعب التحقق منه في الحياة العملية على نحو دقيق تماماً، إلا أن لهذا المفهوم أهمية خاصة في التحليل الإقتصادي وفي مجال التطبيق ، سواء بالنسبة للمنتجين أو للحكومة وكذلك بالنسبة لتحقيق الاستقرار في الأسواق.

أ. **أهمية دراسة المرونة بالنسبة للمنتجين:**

فالمنتج الذي يرغب في وضع سياسة مبيعات تزيد من كمية المبيعات ومن ثم من إيراداته وكذلك أرباحه يجب عليه معرفة درجة استجابة الكمية الكمية المطلوبة من سلعته للتغير الذي قد يدخله على سعرها .

- **ففي حالة الطلب الغير مرن :** فإن انخفاض السعر لا يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة وبالتالي يُفضّل في هذه الحالة رفع السعر ، وحيث أن الطلب في هذه الحالة غير مرن، فإن المبيعات وبالتالي الإيراد الكلي لن يتأثر ، فتزيد بالتالي أرباح المشروع .
- **وفي حالة الطلب المرن :** فإن انخفاض السعر بنسبة معينة يؤدي إلى ارتفاع المبيعات بنسبة أكبر وبالتالي تزيد الإيرادات فتزيد أرباح المشروع .

ب. **أهمية دراسة المرونة بالنسبة للسياسة الضريبية للدولة :**

إن الذي يهم الحكومة عند وضع ضريبة جديدة (مثل ضريبة القيمة المضافة) ، أو حاولت رفع سعر ضريبة موجودة فعلاً ، أن لا يؤدي ذلك إلى تقليص الكمية المطلوبة ، بحيث لا يؤدي ذلك في النهاية إلى تقليص حصيلة الضريبة بدلاً من زيادتها. ولن يتسنى لها ذلك إلا بدراسة درجة مرونة الطلب على السلعة المفروض فرض ضريبة عليها . ويكون القرار في هذه الحالة هو فرض الضرائب على السلع ذات الطلب غير المرن ، أو ذات المرونة المنخفضة ، الأمر الذي يؤدي إلى وفرة في حصيلة هذه الضريبة .

ج. دور المرونة في الحد من الاستهلاك:

إذا رغبت الحكومة في خفض استهلاك سلعة ما فإنها تكون أمام خيارين :

الخيار الأول : في حالة السلع ذات الطلب المرن : يكفي فرض ضريبة ذات سعر منخفض لإقلال الكميات المطلوبة بدرجة ملحوظة .

الخيار الثاني : في حالة السلع التي يكون الطلب عليها غير مرن : هنا يجب رفع سعر الضريبة بنسبة عالية .

د. أثر المرونة في استقرار الأسعار :

كلما كانت درجة مرونة الطلب على سلعة ما محدودة أو منعدمة أدى ذلك بمنتجي هذه السلعة إلى زيادة سعرها بحرية كبيرة ، فتتقلب الأسعار بشكل ملحوظ في هذه الحالة . وكلما كانت درجة مرونة الطلب على إحدى السلع كبيرة أو لانهائية ، أدى ذلك إلى خشية المنتجين من رفع سعرها ولو بنسبة طفيفة، الأمر الذي يقلل من تقلبات الأسعار .

2-10-2. أنواع مرونة الطلب :

وقد اتفق الإقتصاديون على تقسيم مرونة الطلب السعرية إلى خمسة أنواع ، يتناسب كل منها مع درجة استجابة (أو تغير) الكمية المطلوبة من السلعة إلى التغير الذي يطرأ على ثمنها (مع ثبات العوامل الأخرى). وهذه الأنواع الخمسة هي :

1. **الطلب عديم المرونة:** وفيه تظل الكمية المطلوبة من السلعة ثابتة مهما تغير ثمنها بالإرتفاع أو الإنخفاض (مثل الطلب على الدواء) .
2. **الطلب لانهائي المرونة :** في هذه الحالة فإن الكميات المطلوبة من السلعة تتمدد إلى مالانهاية أو تنكمش حتى تكاد تتلاشى عند إرتفاع أو إنخفاض الثمن ولو بنسبة طفيفة . وهذا يحدث عادة في حالة السلع

التي يوجد لها بديل تام (كنوعين متماثلين تماماً من الأقلام) ، فارتفاع ثمن هذه السلعة ولو بقدر ضئيل جداً يمكن أن يؤدي إلى إنصراف المستهلك عنها إنصرافاً تاماً وشراؤه للسلعة الأخرى المماثلة لها .

3. **الطلب متكافيء المرونة :** وفيه تكون درجة إستجابة (تغير) الكمية المطلوبة مساوية لدرجة التغير الذي يطرأ على الثمن .

4. **الطلب قليل المرونة :** بمعنى أن الكميات المطلوبة تتمدد أو تنكمش بنسبة أقل من نسبة إنخفاض أو إرتفاع السعر .

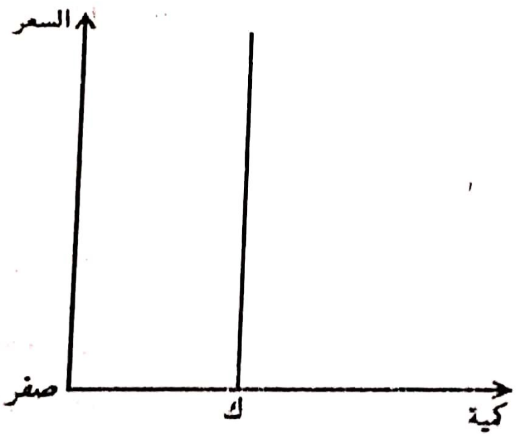
5. **الطلب كبير المرونة :** وفي هذه الحالة فإن الكمية المطلوبة من السلعة تتمدد أو تنكمش بنسبة أكبر من نسبة إنخفاض السعر .

شكل منحنى الطلب وفقاً لدرجة مرونته

1. **منحنى الطلب عديم المرونة** : يبيّن الشكل التالي منحنى طلب عديم المرونة ، حيث أن درجة مرونته (معامل المرونة) = صفر . وهنا تظل الكمية من سلعة ما ثابتة مهما تغير ثمنها ، ومن أهم الأمثلة على ذلك الطلب على الدواء .

ويلاحظ أن المنحنى قد اتخذ شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الرأسي .

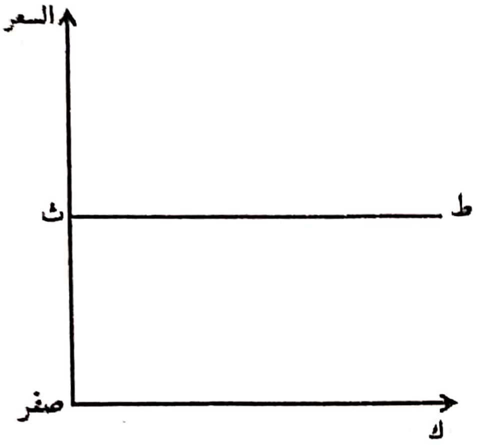
شكل رقم (7) : منحنى طلب عديم المرونة :



2. **منحنى طلب لانهائي المرونة:**

وفي هذه الحالة نفترض أن السعر ثابت وأن الطلب يستحوذ على كل الكميات الموجودة من السلعة مهما زادت هذه الكميات . فالمشترون مستعدون لشراء الكميات المعروضة من السلعة عند ثمن معين ، لكنهم لن يشتروا أي كمية منها لو ارتفع الثمن بقدر ضئيل جداً ، ومعامل المرونة يصل في هذه الحالة إلى مالا نهاية (= ∞) ، كما يتضح من الشكل التالي :

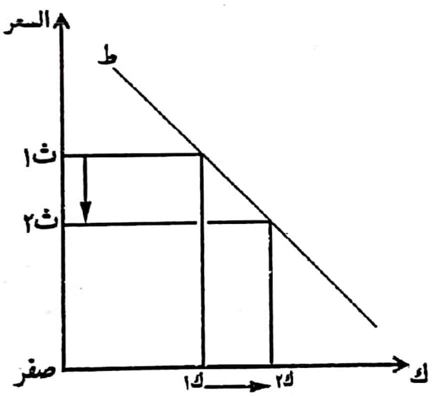
شكل رقم (8) الطلب متناهي المرونة :



3. **منحنى طلب متكافيء المرونة :**

وفي هذه الحالة فإن التغير النسبي في الثمن يؤدي تغير نسبي يساويه في الكمية المطلوبة ، ويكون معامل المرونة = 1 صحيح ، والشكل التالي يوضح ذلك :

شكل رقم (9) طلب متكافيء المرونة :



4. **منحنى طلب قليل المرونة :**

وهذا معناه أن التغير النسبي في السعر يؤدي إلى تغير نسبي أقل منه في الكمية المطلوبة . فإذا انخفض السعر مثلاً بنسبة 40 % فهذا يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة بنسبة أقل ولتكن 20 % . ويكون معامل المرونة أقل من 1.

5. **منحنى الطلب كبير المرونة :**

وهنا يؤدي التغير في السعر إلى حدوث تغير أكبر منه في الكمية المطلوبة ، فإذا إنخفض السعر بنسبة 20 % مثلاً ، فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة بنسبة 40 % على سبيل المثال . ويكون معامل المرونة أكبر من واحد صحيح .

3-10-2. قياس المرونة

يمكن قياس درجة مرونة الطلب على إحدى السلع بقسمة التغير النسبي في الكمية المطلوبة على التغير النسبي في سعر هذه السلعة . ويحدد لنا ناتج القسمة درجة مرونة الطلب على هذه السلعة

$$\text{إذاً مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة من سلعة ما}}{\text{التغير النسبي في سعر هذه السلعة}}$$

ونلاحظ أن:

$$\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة من السلعة} = \frac{\text{مقدار التغير في الكمية}}{\text{الكمية الأصلية}} \times 100$$

$$\text{والتغير النسبي في سعر السلعة} = \frac{\text{مقدار التغير في سعر السلعة}}{\text{السعر الأصلي}} \times 100$$

ويمكن قياس المرونة على النحو التالي :

$$\frac{\Delta \text{ في الكمية}}{\text{الكمية الأصلية}} \div \frac{\Delta \text{ في السعر}}{\text{السعر الأصلي}} = \frac{\Delta \text{ في الكمية}}{\text{الكمية الأصلية}} \times \frac{\text{السعر الأصلي}}{\Delta \text{ في السعر}}$$

فإذا حصلنا على نتيجة مرونة الطلب السعرية = 1 صحيح إذاً يكون الطلب متكافيء المرونة .

وإذا كانت النتيجة أقل من 1 صحيح يكون الطلب قليل المرونة .

وإذا حصلنا على نتيجة مرونة الطلب السعرية = أكبر من 1 صحيح يكون الطلب كبير المرونة .

مثال على قياس مرونة الطلب السعرية :

إذا كانت الكمية المطلوبة من إحدى السلع = 100 كيلو جرام

عندما كان سعر الكيلو الواحد = 200 جنيه

وزادت الكمية المطلوبة إلى 200 كيلو جرام

عندما انخفض سعر الكيلو إلى 150 جنيه

والمطلوب : حساب درجة مرونة الطلب السعرية لهذه السلعة :

الحل: مرونة الطلب السعرية = $\frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير النسبي في سعر السلعة}}$

التغير النسبي في الكمية المطلوبة = $\frac{100 - 200}{100} \times 100 = 100\%$

التغير النسبي في السعر = $\frac{150 - 200}{200} \times 100 = 25\%$

إذاً درجة مرونى الطلب على هذه السلعة = $\frac{100\%}{25\%} = 4$

وحيث أن درجة مرونة الطلب هنا أكبر من واحد ، فإن الطلب على هذه السلعة مرناً .

4-10-2. العوامل التي تؤثر في درجة مرونة الطلب :

تختلف درجة مرونة الطلب السعرية من سلعة إلى أخرى ، ومن مستهلك إلى آخر ، وقد تختلف عند نفس المستهلك ونفس السلعة من وقت إلى وقت آخر ، فهناك عوامل عديدة تؤثر في درجة مرونة الطلب السعرية ومن أهمها :

1. **إمكانية إحلال سلعة محل أخرى :**

فإذا ارتفع ثمن إحدى السلع ووجد المستهلكون بديلاً لها يحقق نفس الإشباع ولكنه أقل ثمناً فإن المستهلكين يتجهون إلى طلب كميات أكبر من هذا البديل ويتم إنقاص الكمية المطلوبة من السلعة التي ارتفع ثمنها ، الأمر الذي يعني أن الطلب على السلع التي لها بدائل مشابهة يكون مرناً.

3-1. تعريف العرض :

يقصد بعرض السلعة أو الخدمة " تلك الكمية من السلعة أو الخدمة التي يكون البائعون مستعدون لبيعها عند ثمن معين وفي فترة زمنية معينة ، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى ".

فالعرض بهذا المعنى يبيّن العلاقة بين الكميات المعروضة من جانب منتج معين وبثمن محدد وفي وقت معين ، مع الأخذ في الإعتبار أن بقية العوامل الأخرى المؤثرة على العرض مثل نفقات الإنتاج والتكنولوجيا ... الخ تعتبر ثابتة .

ومن هذا التعريف يتبيّن لنا أن هناك فارقاً بين الكمية المنتجة فعلاً وبين الكمية المعروضة من السلعة. فقد تكون الكمية المعروضة ، وهي التي يقبل البائعون بيعها ، أقل من القدر الموجود فعلاً من هذه السلعة ، وذلك وفقاً لحجم الكمية التي يقرر المنتجون تخزينها.

وبناء على ذلك فإن " الكمية المعروضة : هي الكمية المنتجة مطروحاً منها ما يقرر المشروع تخزينه منها ، أو مضافاً إليها ما يسحبه المشروع من المخزون منها بغرض بيعه وعرضه للتداول".

كذلك يتضح لنا من التعريف السابق تدخل كل من عنصر " الثمن " وعنصر " الزمن " أو الوقت في تحديد الكمية المعروضة. ويمكننا أن نقول أن صلة العرض بالثمن واضحة ، فتزيد الكمية المعروضة بارتفاع الثمن وتنخفض بانخفاضه . ولا شك أن تحديد المعروض بمستوى الأثمان السائد يستدعي النظر في العوامل التي تحدد الأثمان . وسيأتي ذكر ذلك بالتفصيل، مضافاً إليه كيفية إسهام عنصر الزمن في تحديد الكمية المعروضة من السلعة أو الخدمة . حيث أنه سوف يتبين لنا أن عنصر الزمن أو الوقت يمثل عنصر إرتكاز في تكوين العرض بشكل واضح. فالمنتج لسلعة أو خدمة ما يستغرق وقتاً أو زمناً قد يكون قصيراً حسب نوعية وطبيعة السلعة أو الخدمة التي يريد تقديمها . فلا شك أن إنتاج سيارة مثلاً لا يتساوى مع إنتاج قلم أو مسطرة ولا مع إنتاج أحد المحاصيل الزراعية على سبيل المثال، فكل سلعة أو خدمة تحتاج إلى وقت معين لإعدادها يتدخل فيه عنصر الزمن بقدر معين .

ويكتسب عنصر الزمن أهمية خاصة في حالة تغير الكمية المعروضة بالزيادة أو النقصان نتيجة تغيرات الأسعار وهذا ما يُسمى بمرونة العرض ، وهو يعتمد إلى حدٍ كبير على طبيعة الإنتاج وإمكانية التوسع فيه .

3-2. قانون العرض :

يُطلق قانون العرض على القانون الذي يحدد العلاقة بين الثمن والعرض.

غير أننا نود أولاً أن نلفت الإنتباه إلى أن ثمن السلعة أو الخدمة ليس هو العامل الوحيد الذي يؤثر على الكمية المعروضة ، فهناك عوامل وأشياء أخرى لها تأثير على الكمية المعروضة ، مثل : نفقة الإنتاج، والقابلية للتخزين ، والعوامل الإقتصادية والسياسية التي تنتهجها الدولة ... الخ. ولكننا هنا سوف نقتصر حديثنا أولاً على محاولة معرفة آثار تغير ثمن السلعة على الكمية المعروضة منها مع افتراض بقاء العوامل الأخرى ثابتة حتى يمكننا تحديد تأثير تغير الثمن وحده على تلك الكمية.

وكما نعلم جميعاً من واقع الحياة الإقتصادية أنه كلما ارتفع ثمن سلعة ما ، زادت الكمية المعروضة منها ، وكلما انخفض ثمنها قلّت الكمية المعروضة منها . وهذا يعني وجود علاقة طردية بين ثمن السلعة والكمية المعروضة منها. وهذه العلاقة تسمى " قانون العرض " ومفاده :

القانون: " تتغير الكمية المعروضة من سلعة معينة تغيراً طردياً بوجه عام مع تغير الثمن الذي تباع به ، مع ثبات العوامل الأخرى ".

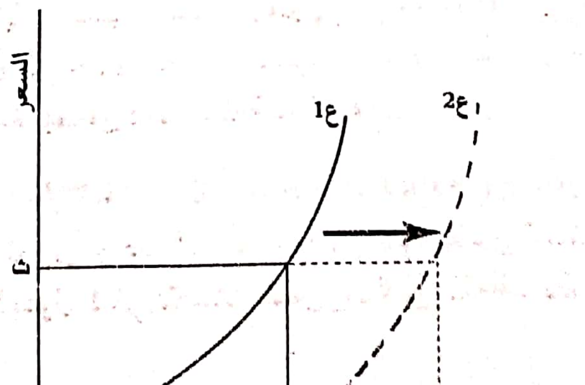
أي أن هذا القانون يتناول التمدد والإنكماش في الكمية المعروضة من السلعة نتيجة لتغير ثمنها مع فرص بقاء العوامل الأخرى ثابتة . والقاعدة العامة هنا هي أن هذه العلاقة طردية بمعنى أنه تتمدد الكمية المعروضة إذا زاد الثمن وتنكمش إذا انخفض الثمن .

3-3. ظروف العرض:

ويلاحظ أنه قد تتغير الكميات المعروضة عند سعر معين سواء بالزيادة أو النقصان نتيجة للتغير الذي يطرأ على ما يُسمَى " **بظروف العرض** " ويحدث ذلك مثلاً إذا كانت هناك اختراعات تكنولوجية جديدة تؤدي إلى انخفاض تكاليف الإنتاج ، أو إذا تم اكتشاف موارد جديدة للمواد الخام ، أو بالعكس إذا نضبت موارد معروفة قديمة ، أو غير ذلك من الأسباب .

ويمكن متابعة التفرقة بين قانون العرض وبين التغير في ظروف العرض بدراسة الأول على منحنى عرض واحد ، ودراسة التغير في ظروف العرض من خلال إنتقال منحنى العرض بأكمله من مكان لآخر، أي إلى يمين أو يسار المنحنى الأصلي ، كما فعلنا عند دراسة " **ظروف الطلب** " ، مثال :

شكل رقم (10) تغير ظروف العرض بالزيادة :



4-3. علاقة الثمن بالعرض :

كما سبق القول فإنه توجد علاقة طردية بين الثمن والكمية المعروضة من السلع والخدمات ، فإذا ارتفع ثمن سلعة أو خدمة معينة إزدادت الكمية المعروضة منها ، والعكس صحيح ، مع افتراض بقاء الأشياء الأخرى بدون تغيير .

معنى ذلك أن العرض يتجه طردياً – أي في نفس الإتجاه – مع التغيرات التي تطرأ على الثمن بالإرتفاع أو الإنخفاض ، " **بفرض ثبات نفقة الإنتاج** ".

والسبب الأساسي لهذه الظاهرة هو أن من يعرض سلعته أو خدمته فإنه يهدف إلى تحقيق الربح ، وهو عبارة عن الفرق بين الثمن الذي يبيع به السلعة ونفقة إنتاجها . وكلما "**إرتفع الثمن** " دون أن تصاحب ذلك زيادة في نفقة الإنتاج بنفس نسبة إرتفاع الثمن أو بنسبة أكبر منه فإن مقدار الربح الذي يحصل عليه المنتج من بيع كل وحدة من سلعته يكون أكبر . هذه الزيادة في فرص تحقيق الربح تدفع المنتجين الذين يعرضون منها كميات قليلة إلى زيادة المعروض منها للإستفادة من فرص الربح . كما أن إرتفاع سعر الوحدة يدفع أشخاصاً آخرين إلى الدخول في دائرة الإنتاج وعرض كميات من هذه السلعة ، بالإضافة إلى أن ارتفاع الأسعار يغري المنتج الذي لديه مخزون . بسحب ما لديه من المخزون لطرحه في السوق وبذلك تزداد الكمية المعروضة من السلعة التي إرتفع ثمنها ، ويحدث العكس تماماً في حالة " **إنخفاض الثمن** " ذلك أن هذا الإنخفاض في الثمن يُعجز المنتجين الحديين – أي الذين كانوا يغطون نفقة إنتاجهم بالكاد – عن مواصلة إنتاجهم وعرضهم للسلعة أو الخدمة . كما أن العارضين الذين يستمرون في السوق سوف يقللون من الكميات التي يعرضونها مما يؤدي في النهاية إلى نقص الكميات المعروضة من هذه السلعة أو الخدمة .

5-3. العرض الفردي والعرض الكلي :

المقصود أساساً بالعرض طبقاً لقانون العرض هو " **هو العرض الكلي** " أي مجموع عروض الأفراد للسلعة أو الخدمة .

أما العرض الفردي فهو الكمية التي يعرضها فرد أو منتج معين عند ثمن معين وفي وقت معين . ويمكن – كما رأينا سابقاً بالنسبة للطلب الفردي والكلي – عن طريق عملية جمع الكميات المعروضة من كافة البائعين أن نصل إلى جدول العرض الكلي من جداول العرض الفردية . فجدول العرض الكلي هو مجموع الكميات الواردة فيها من ذات السلعة أو الخدمة .

ويمكن متابعة تحليلنا لقانون العرض بتجريد العلاقة بين الثمن والعرض من أي مؤثر أو ظرف خارجي أو أي عوامل أخرى وعلى أساس أن الثمن هو المتغير المستقل والكمية المعروضة هي المتغير التابع، فنقوم بتسجيل الجدول التالي للكميات المعروضة من سلعة معينة عند مستويات أثمان مختلفة :-

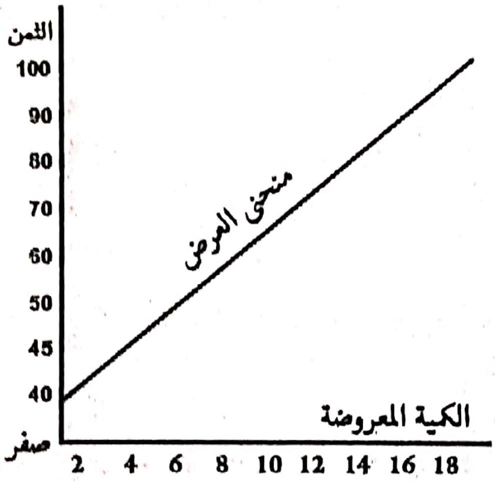
جدول رقم (4) جدول عرض فردي :

ثمن الوحدة بالقرش	الكمية المعروضة بالكيلو جرام
40	صفر
45	2
50	4
60	8
80	15
100	20

ويتضح من الجدول المجاور أن ارتفاع الثمن يعمل على زيادة الكمية المعروضة ، والعكس صحيح. فالثمن هنا هو المتغير المستقل والعرض هو المتغير التابع والعلاقة بينهما علاقة طردية .

وكما هو الحال بالنسبة لمنحنى الطلب وجدول الطلب فإن جدول العرض أيضاً يمكن تمثيله على الرسم البياني لتوضيح العلاقة بين الثمن والعرض على النحو المبين في الرسم التالي :-

شكل رقم (11) يبين منحنى العرض :

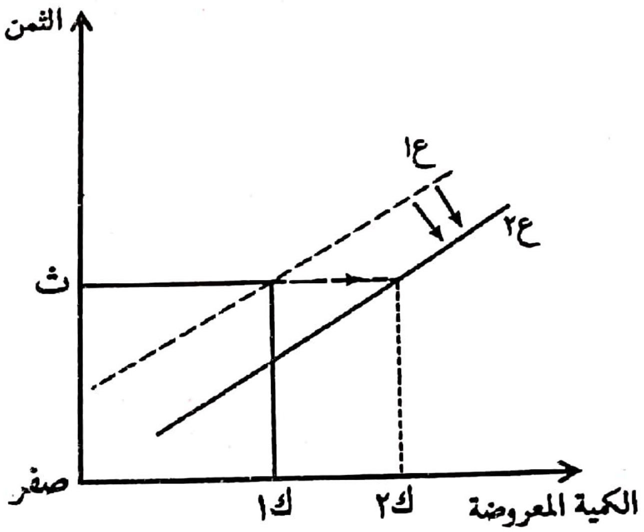


ويتضح لنا من الشكل المجاور أن منحنى العرض يتجه من أسفل اليسار إلى أعلى اليمين تعبيراً عن أن الكمية المعروضة من سلعة معينة تكون أكبر كلما كان السعر السائد لها في السوق أعلى . ويمكن القول بعبارة أخرى أن العرض دالة متزايدة للسعر.

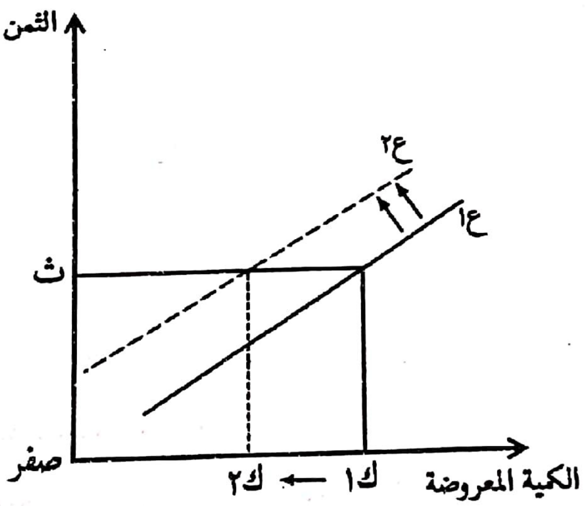
6-3. التغير في ظروف العرض :

سبقت الإشارة إلى ظروف العرض وبيّنا أن الكمية المعروضة قد تزيد أو تنقص ليس فقط نتيجة للتغير في الثمن ، بل أيضاً نتيجة للتغير في أشياء وعوامل أخرى مثل : نفقة إنتاج السلعة وأثمان السلع المنافسة لها أو المتكاملة معها ... الخ فقد يحدث إنخفاض في أثمان عناصر الإنتاج الخاصة بإحدى السلع ، وقد تنخفض الضرائب المفروضة عليها مما يؤدي إلى إنخفاض تكلفة الإنتاج وزيادة الأرباح وبالتالي إلى زيادة الكمية المعروضة منها بحيث يمكن أن ينتقل منحنى العرض بأكمله إلى جهة اليمين ، كما يتضح من الشكل التالي :-

شكل رقم (12) زيادة الكمية المعروضة عند نفس السعر :



شكل رقم (13) نقص الكمية المعروضة عند نفس الثمن :



على عكس المثال السابق قد تتغير ظروف العرض في الإتجاه المعاكس ، بمعنى أنه قد ترتفع تكاليف الإنتاج مثلاً فتقل الأرباح ويقل العرض تبعاً لذلك فهنا نجد أن منحنى العرض فيتخذ مكاناً جديداً وينتقل في إتجاه اليسار بحيث يأخذ الوضع " ع2" بدلاً من " ع1" كما في الشكل التالي (شكل رقم 13) وهذا يعني أنه عند نفس الثمن (ث 1) تقل الكمية المعروضة من ك1 إلى ك2 .

3-7. العوامل والظروف المؤثرة في تغير العرض : (أي العوامل المؤثرة في العرض خلاف تغير الثمن)

1. تغير نفقة الإنتاج :

تُعتبر نفقة الإنتاج من أهم العوامل التي تغير من حجم الكمية المعروضة من السلعة ، رغم عدم تغير الثمن . فالعارضون يهدفون إلى الربح ، وتغير نفقة الإنتاج يؤثر في هذا الربح . فإذا ارتفعت أثمان عناصر إنتاج إحدى السلع أدى ذلك إلى أرتفاع نفقات إنتاج هذه السلعة . فإذا بقى ثمن بيع السلعة على ماهو عليه دون زيادة رغم إرتفاع نفقات إنتاجها ، أصبح من مصلحة المنتجين نقص الكميات التي هم على إستعداد لعرضها عن هذا الثمن . وفي المقابل فإنه إذا نقصت نفقة الإنتاج مع بقاء الثمن على ما هو عليه إزداد عرض السلعة ، حيث يصبح من مصلحة المنتجين زيادة الكمية المعروضة عند كل ثمن حتى يتسنى لهم تحقيق المزيد من الأرباح .

2. المستوى الفني للإنتاج :

يترتب على إرتفاع المستوى الفني للإنتاج وتطبيق وسائل تكنولوجية حديثة انخفاض تكاليف إنتاج السلعة ، ويؤدي ذلك إلى أن يصبح من مصلحة المنتجين زيادة العرض كي يتمكنوا من تحقيق أرباح أكثر. والعكس في حالة إنخفاض المستوى الفني للإنتاج .

3. مستوى الضرائب والإعانات الحكومية :

تساهم السياسة الضريبية والسياسة المالية بوجه عام في تحديد حجم المعروض من السلع والخدمات . فإذا رأت الحكومة أن تَحُدّ من إنتاج سلعة معينة قامت بزيادة الضريبة على إنتاجها مما يؤدي بالتالي إلى رفع نفقات إنتاجها ، الأمر الذي يؤثر في الكمية المعروضة منها ويؤدي إلى نقصانها . والعكس يحدث لو أرادت الحكومة أن يزداد العرض من إحدى السلع فإنها تقوم بتخفيض سعر الضريبة على إنتاج هذه السلعة . وهذا يعني إنخفاض نفقة إنتاجها وبالتالي يكون من مصلحة المنتجين زيادة الكمية المعروضة منها لتزداد أرباحهم.

ويلاحظ أن الأمر يختلف إذا كانت الضريبة المفروضة تتعلق بسلعة تتميز بطلب عديم المرونة ، ففي هذه الحالة لن يتأثر عرضها كثيراً نظراً لأن بإمكان المنتج نقل العبء الضريبي كاملاً أو الجزء الأكبر منه إلى المستهلك في صورة إرتفاع في الأسعار . وهذا يعني أن تأثير الضريبة في الحد من الإنتاج في مثل هذه الحالة محدود.

أما إذا أرادت الحكومة دعم وتشجيع إنتاج سلعة معينة فإنها تبادر بمنح منتجي هذه السلعة إعانة أو دعماً، مما يرفع من هامش الربح المتوقع فيبادر المنتجون إلى زيادة العرض منها . وقد يدفع ذلك بمنتجين جدد إلى الدخول في دائرة الإنتاج لهذه السلعة المدعومة ، وبالتالي يزيد المعروض منها .

4. **الظروف الطبيعية :**

قد تتغير الكمية المنتجة من المحاصيل الزراعية بتغير الأحوال الجوية أو بتعرضها للآفات الزراعية .

5. **التغير في أثمان السلع الأخرى البديلة أو المكملة :**

يؤدي كثيراً إرتفاع أثمان إحدى السلع إلى تحول المستهلكين إلى إستهلاك السلع البديلة لها . فقد يلجأ نسبة من الجمهور إلى إستهلاك المزيد من الدجاج إذا أرتفعت أثمان اللحوم على سبيل المثال ، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على الدجاج فيدفع ذلك المنتجين إلى زيادة المعروض منها بهدف تحقيق المزيد من الأرباح. كما يؤدي خفض أو رفع سعر البنزين مثلاً إلى تحديد الكمية المطلوبة من السيارات بالزيادة أو النقصان ، فيتأثر العرض بالتالي زيادة أو نقصاً تبعاً لنوع التغير في الطلب .

6. **تغير عدد المنتجين في السوق:**

حيث يؤدي زيادة أعداد المنتجين لنفس السلعة إلى زيادة المعروض منها ، والعكس عند انخفاض أعداد المنتجين لهذه السلعة .

7. **العلاقة بين العرض وأسعار السلع الأخرى التي يمكن للمنتج تحويل نشاطه إليها**

فإذا كان أحد المنتجين الذي ينتج نوعين من المنتجات ، فإن أي انخفاض في سعر أحدهما يؤدي به إلى زيادة ما ينتجه (ويعرضه) من السلعة الأخرى التي لم يتغير ثمنها .

8. **التنبؤ بالأسعار المستقبلية:**

إذا توقع البائعون أن سعر سلعة ما سوف يرتفع في المستقبل ، فإنهم عادة يخزنون كمية أكبر من هذه السلعة لكي يحققوا أرباحاً أكثر عند إرتفاع ثمنها مستقبلاً ، الأمر الذي يؤدي إلى نقص المعروض منها حالياً برغم عدم تغير الثمن . ويحدث العكس إذا توقعوا إنخفاض سعر هذه السلعة مستقبلاً ، فيزيدون من الكمية المعروضة من هذه السلعة حالياً عند نفس السعر.

8-3. عامل الزمن كمحدد مهم لمرونة العرض :

تتوقف مرونة أو عدم مرونة عرض السلع المختلفة على مدى قدرة الذين يعرضون السلعة على زيادة الكمية المعروضة منها عند ارتفاع الثمن ، أو تقليل الكمية المعروضة منها عند إنخفاض الثمن . فإذا تمكن العارضون من زيادة أو خفض الكمية المعروضة بسهولة كان عرض السلعة مرناً ، وإلا كان عرضها غير مرن.

وهذه المقدرة تتوقف بدورها على عوامل تختلف في الفترة القصيرة جداً ، وهي الفترة التي لا تكفي لإنتاج منتج جديد ، أو الفترة القصيرة التي يمكن فيها إعادة التأليف بين عناصر الإنتاج (زيادة عدد ساعات العمل مثلاً) أو الفترة الطويلة التي يمكن فيها إعادة تنظيم إنتاجه بإضافة خطوط جديدة مثلاً.

1. الفترة القصيرة جداً:

لا يمكن تغيير الكمية الموجودة في السوق إلا عن طريق طرح كميات إضافية في السوق من المخزون لزيادة العرض ، أو عن طريق سحب كمية من المعروض في السوق وتخزينها للعمل على تقليل العرض . فإذا توفر مخزون كبير كان ذلك يعني مرونة كبيرة في العرض.

ويلاحظ عند إنخفاض السعر فإنه توجد علاقة طردية بين العرض والقابلية للتخزين ، فإذا كانت السلعة غير قابلة للتخزين كان ذلك يعني إنخفاض مرونة العرض (قلة مرونة العرض).

2. الفترة القصيرة :

في الفترة القصيرة جداً ، حيث تكون هناك إمكانية أفضل نسبياً من حالة الفترة القصيرة جداً ، حيث تكون هناك إمكانية لإعادة التأليف بين عناصر الإنتاج وتطوير مستوى إستغلال الطاقة الإنتاجية مثلاً بزيادة كمية عناصر الإنتاج المتغيرة مثل الخامات ، أو إضافة ورديّة عمل جديدة . والعرض يكون أكثر مرونة في الفترة القصيرة عن الفترة القصيرة جداً .

3. مرونة العرض في الفترة الطويلة :

في هذه الحالة تكون هناك فرصة أكبرلزيادة عناصر الإنتاج الثابتة كالآلات بالإضافة إلى زيادة العناصر المتغيرة ، أو التحول مثلاً بعناصر الإنتاج إلى صناعة أخرى ، أو استبدال محصول بآخر وترتفع مرونة العرض كلما كان ذلك سهلاً . وفي المدة الطويلة يمكن دخول منتجين جُدد او انسحاب منتجين موجودين فعلاً. فإذا كانت هناك سهولة في دخول أو خروج منتجين من دائرة الإنتاج كان ذلك يعني مرونة عرض أكبر.

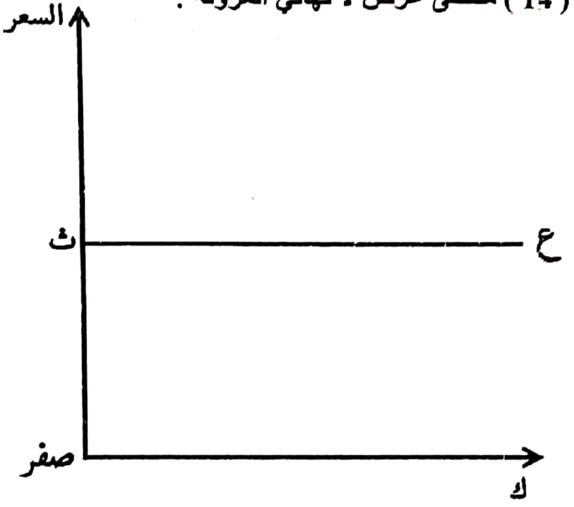
9-3. أشكال منحنيات العرض :

تتخذ منحنيات العرض خمسة أشكال ، تختلف تبعاً لدرجة المرونة ، وهي كما يلي :

1. منحنى عرض لا نهائي المرونة :

في هذه الحالة يتخذ منحنى العرض شكل الخط المستقيم الموازي للمحور الأفقي ، وهذا يعني أن الكمية المعروضة من سلعة ما تتغير حتى ولو لم تتغير الأسعار ، أو عندما تتغير الأسعار بقدر طفيف جداً لا يُرى على الرسم .

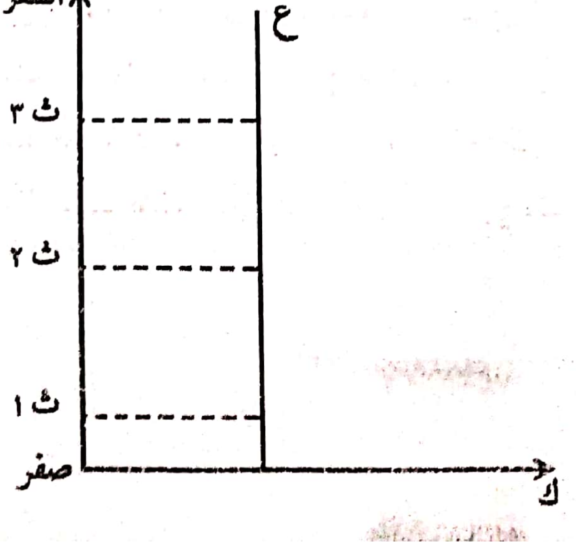
شكل رقم (14) منحنى عرض لا نهائي المرونة :



2. منحنى عرض عديم المرونة :

يتضح من الرسم أدناه أن منحنى العرض في هذه الحالة عبارة عن خط رأسي يوازي المحور الرأسي ، وهو يوضح أنه مهما تغير ثمن السلعة فإن الكمية المعروضة منها تظل ثابتة :

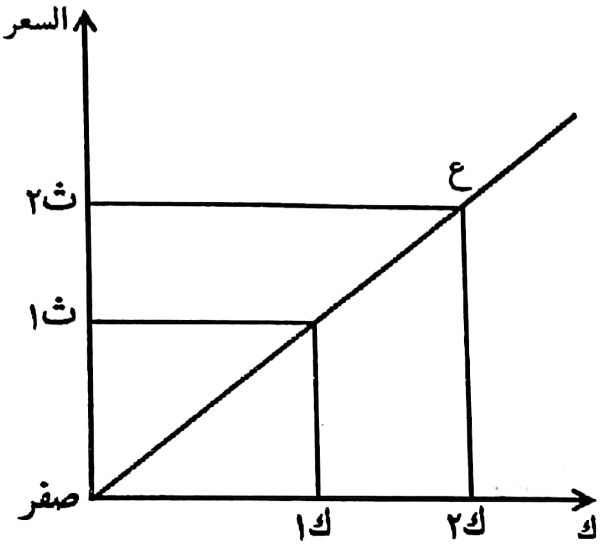
شكل رقم (15) منحنى عرض عديم المرونة :



3. **أما إذا كان العرض متكافيء المرونة ، أي أن مرونته = 1 صحيح :**

فإنه يأخذ شكلاً مستقيماً ينصف الزاوية القائمة الناتجة عن تلاقي المحور الأفقي مع المحور الرأسي. وإذا زاد السعر بنسبة معينة ، زادت الكمية المعروضة بنفس النسبة . كما يتضح من الشكل التالي :

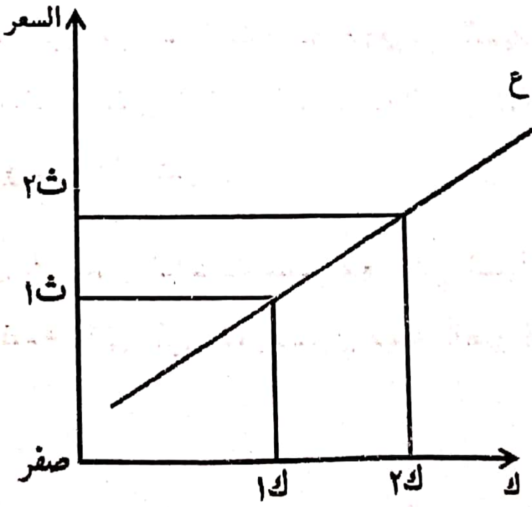
شكل رقم (16) منحنى عرض متكافيء المرونة :



4. **منحنى العرض كبير المرونة :**

في هذه الحالة تؤدي أي زيادة قليلة في السعر إلى زيادة أكبر منها في الكمية المعروضة ، فيكون معامل المرونة هنا أكبر من واحد ، كما يتضح من الشكل التالي :

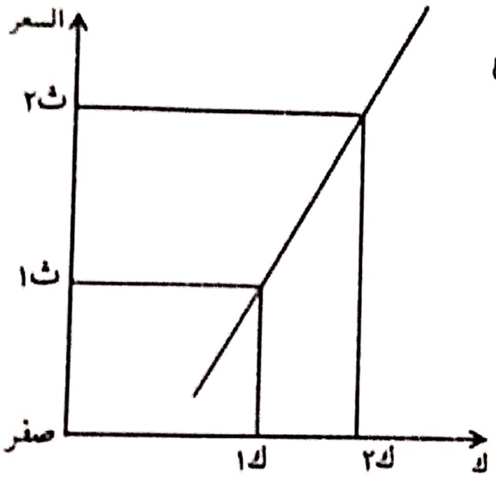
شكل رقم (17) منحنى عرض كبير المرونة :



5. منحنى عرض قليل المرونة:

ويتخذ شكل منحنى شديد الإنحدار من أعلى اليمين إلى أدنى اليسار . ويكون معامل مرونته أقل من 1 صحيح ، وهذا يعني أن تغيراً كبيراً في السعر أدى إلى تغيير أقل منه في الكمية المعروضة وفي نفس الإتجاه . كما يتضح في الشكل التالي :

شكل رقم (18) منحنى عرض قليل المرونة :



10-3. مرونة العرض السعرية:

بينا في الفصل السابق أن العرض يتأثر بالتغيرات التي تحدث في الثمن في علاقة طردية . وفي هذا الجزء من الدراسة نتابع قياس مدى حساسية العرض لتغيرات الثمن . أي أننا سوف ندرس **"مرونة العرض السعرية "** .

وعرض السلعة يكون مرناً إذا كانت نسبة التغير في الكمية المعروضة أكبر من نسبة التغير في السعر ، بمعنى أنه إذا انخفض الثمن قليلاً هبطت الكمية المعروضة هبوطاً كبيراً. وإذا زاد الثمن زيادة قليلة زادت الكمية المعروضة زيادة كبيرة .

ويكون العرض غير مرن إذا كانت نسبة التغير في الكمية المعروضة أقل من نسبة التغير في السعر . أما إذا كانت نسبة التغير في الثمن تساوي نسبة التغير في العرض فيكون العرض متكافيء المرونة .

هذا إلا أن السلع ذات العرض المرن تختلف فيما بينها من حيث درجة المرونة وكذلك فإن السلع ذات العرض الغير مرن تختلف فيما بينها أيضاً من حيث درجة نقصان المرونة .

1-10-3. قياس مرونة العرض :

تُقاس مرونة العرض بنفس الطريقة التي تقاس بها مرونة الطلب . وذلك بقسمة نسبة التغير في الكمية المعروضة ÷ نسبة التغير في الثمن . فإذا كان حاصل القسمة يساوي واحداً صحيحاً كان عرض السلعة متكافيء المرونة . وإذا كان حاصل القسمة أكبر من الواحد الصحيح إعتبرنا عرض السلعة مرناً ، وإذا كان حاصل القسمة أقل من الواحد الصحيح كان العرض غير مرن .

$$\text{مرونة العرض} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المعروضة}}{\text{التغير النسبي في الثمن}}$$

$$\text{إذاً} \quad \frac{\text{التغير في الكمية المعروضة}}{\text{الكمية الأصلية}} \div \frac{\text{التغير في الثمن}}{\text{الثمن الأصلي}} \quad \text{إذاً} \quad \frac{\Delta\,\text{ك}}{\text{ك}} \div \frac{\Delta\,\text{ث}}{\text{ث}}$$

مثال:

نسبة التغير في الثمن	نسبة التغير في العرض	نوع مرونة العرض
	%15	مرن
%10 مثلاً	%10	متكافيء المرونة
	%9	غير مرن

كيفية قياس درجات مرونة العرض :

1- العرض المرن :

عندما تكون نسبة التغير في الكمية المعروضة مقسومة على نسبة التغير في الثمن أكبر من الواحد الصحيح .

أي عندما يكون : $\frac{\text{نسبة التغير في الكمية المعروضة}}{\text{نسبة التغير في الثمن}}$ = أكبر من الواحد الصحيح ، إذاً : العرض مرناً.

بمعنى أن التغير الذي يحدث في ثمن سلعة أو خدمة يؤدي إلى تغير بنسبة أكبر في عرض هذه السلعة أوالسلعة الخدمة.

فإذا فرضنا أن المعروض من سلعة معينة ما 1200 وحدة عند الثمن 100 جنيه للوحدة الواحدة ، ثم ارتفع الثمن للوحدة الواحدة إلى 120 جنيه فزاد المعروض المعروض منها إلى 2100 وحدة . فكيف نقيس درجة مرونة العرض لهذه السلعة ؟ لقياس معامل المرونة نجد أن :

$$\text{نسبة التغير في الكمية المعروضة} = \frac{\Delta \text{ في الكمية}}{\text{الكمية الأصلية}} \times 100 = \frac{900}{1200} \times 100 = 75\%$$

$$\text{ونسبة التغير في الثمن} = \frac{20}{100} \times 100 = 20\%$$

ومعنى ذلك : أن مرونة عرض هذه السلعة $= \frac{75}{20} = 3,75$

أي أكبر من الواحد الصحيح أي أن العرض مرناً

2- <u>العرض غير المرن</u> :

ويكون العرض غير مرن إذا كانت نسبة التغير في الكمية المعروضة مقسومة على نسبة التغير في الثمن أقل من الواحد الصحيح .

أي $\frac{\text{نسبة التغير في الكمية المعروضة}}{\text{نسبة التغير في الثمن}}$ = أقل من الواحد الصحيح

بمعنى أن نسبة التغير في ثمن سلعة أو خدمة يؤدي إلى تغير بنسبة أقل في عرض السلعة أو الخدمة

مثلا : كان سعر كيلو الدجاج 30 جنيهاً والمعروض 1500كيلو جرام ، ثم ارتفع ثمن الكيلو إلى 40 جنيهاً فزاد العرض إلى 1800 كيلو . فكيف نقيس مدى مرونة العرض في هذه الحالة ؟

<u>الحل</u> : نسبة التغير في الكمية المعروضة $= \frac{300}{1500} \times 100 = 20\%$

نسبة التغير في الثمن $= \frac{10}{30} \times 100 = 33,3\%$

مرونة العرض $= \frac{20}{33,3} = 0,6$ وهذا أقل من الواحد صحيح

أي أن العرض غير مرن

3- <u>العرض متكافيء المرونة</u> :

يكون العرض متكافيء المرونة إذا كانت نسبة التغير في الثمن = نسبة التغير في العرض .

أي أن : $\frac{\text{نسبة التغير في الكمية المعروضة}}{\text{نسبة التغير في الثمن}}$ = واحد صحيح

مثلاً : ثمن الثلاجة 1000 جنيه والمعروض 3000 ثلاجة . ثم ارتفع ثمن الثلاجة إلى 1500 جنيه فارتفع المعروض 4500 ثلاجة .

إذاً لحساب معامل المرونة : نسبة التغير في الكمية المعروضة = $\frac{1500}{3000} \times 100 = 50$ %

نسبة التغير في التغير = $\frac{500}{1000} \times 100 = 50$ %

معامل المرونة = $\frac{\text{نسبة التغير في الكمية}}{\text{نسبة التغير في الثمن}} = \frac{50}{50}$ = واحد صحيح

إذاً فهو عرض متكافيء المرونة

4- <u>العرض متناهي المرونة</u> :

إذا حدث تغير طفيف في الثمن فأدى إلى تغير لانهائي في الكمية المعروضة :

أي معامل المرونة = $\frac{\text{نسبة التغير في الكمية المعروضة}}{\text{نسبة التغير في الثمن}}$ = مالانهاية ∞ وهذه حالة إفتراضية

5- <u>العرض منعدم المرونة نهائياً</u> :

يكون العرض منعدم المرونة نهائياً إذا لم تحدث تغيرات في الكمية المعروضة مهما تغير الثمن إرتفاعاً أو إنخفاضاً.

أي أن معامل المرونة = صفر ، وهذه حالة إفتراضية أيضاً .

2-10-3. <u>أهمية بحث مرونة العرض</u> :

لبحث مرونة العرض أهمية من الناحية العملية في الحالات التالية :-

1. عند رغبة الدولة في التدخل في العرض عن طريق الثمن . فإذا كان العرض مرناً تدخلت عن طريق فرض الضرائب مثلاً ، وإذا لم يكن العرض مرناً يجب أن لا تتدخل عن طريق هذا الأسلوب حيث أن العرض لن يتغير مهما تغير الثمن إلا بشكل محدود .

2. لتحديد المتحمل لعبء الضريبة : في حالة العرض الغير مرن يتحمل المنتج العبء ولا يمكن نقله إلى المستهلك حيث يكون المنتج غير قادر على التحكم في الكمية المعروضة وفي حالة العرض المرن يمكن نقله بسهولة إلى المستهلك .

أكبر أو بسبب الرغبة في إنتهاز فرصة إنخفاض السعر للحصول على كمية تكفي لمدة طويلة في المستقبل.

والذي يعنينا هنا أن هناك إتجاه عام لأن تكون الكمية التي يشتريها المستهلك من سلعة معينة أكبر كلما كان السعر أكثر إنخفاضاً . وهذا الإتجاه يسري طبعاً في حدود معينة. فهناك حد أقصى للكمية التي سوف يشتريها المستهلك من سلعة معينة مهما انخفض السعر ، وهناك حد أقصى للسعر لا يشتري بعده هذا المستهلك شيئاً ، ويُسمى هذا " بجدول الطلب " .

ومن ناحية أخرى يذهب البائعون وفي ذهن كل منهم أن يبيع معظم أو كل الكمية التي في حوزته لو كان السعر مرتفعاً ، أما إذا وجد السعر منخفضاً فقد يكتفي ببيع جزء من معروضاته أو قد لا يبيع إطلاقاً إذا وجد السعر منخفضاً جداً ، وهذا يُسمى " بجدول العرض " .

<u>ونحن نعلم أن</u> :

- جدول الطلب منفرداً : لا يوضح السعر والكمية التي يتم عندها التبادل فعلاً
- وأن جدول العرض منفرداً : لا يوضح السعر أو الكمية التي يتم عندها التبادل فعلاً

لكن تفاعل قوتي الطلب والعرض ← يحدد السعر والكمية ← اللذان يتم عندهما التبادل فعلا بين البائع والمشتري .

إذاً يتم تحديد ← سعر التوازن
← وكمية التوازن

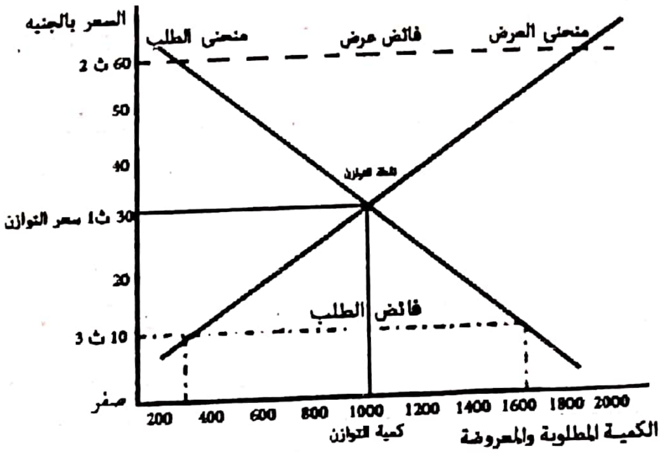
جدول رقم (5) جدول العرض والطلب :

سعر السلعة بالجنيه	الكمية المطلوبة	الكمية المعروضة
60	500	1900
50	600	1700
40	750	1300
30	1000	1000
20	1400	600
10	190	150

عند السعر 30 جنيه تساوت الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة وتم التبادل فعلاً وتم تحديد كل من سعر التوازن وكمية التوازن

<u>تصوير سعر التوازن وكمية التوازن بيانياً :</u>

شكل رقم (19) : تحديد سعر التوازن وكمية التوازن :



- يتقاطع منحنى الطلب والعرض عند التوازن ويتحدد سعر التوازن 30 جنيه وكمية التوازن 1000 جنيه.
- وعند رفع السعر أعلى من سعر التوازن من 30 جنيه إلى 60 جنيه مثلاً هذا يؤدي إلى إنخفاض الطلب إلى 500 جنيه فقط وزيادة العرض إلى 1900 جنيه ووجود فائض عرض.
- وعند فرض سعر أقل من سعر التوازن إلى 10 جنيه مثلاً ينخفض العرض ويزيد الطلب ويظهر فاض الطلب .

ويلاحظ أنه في حالة فرض سعر أقل من سعر التوازن : تتفاعل قوى العرض والطلب وصولاً إلى سعر التوازن من جديد .

حيث : يتنافس المستهلكون بسبب قلة المعروض وزيادة الطلب : حيث أن السعر السعر ينخفض والطلب يرتفع ويستمر السعر في الإرتفاع حتى يصل إلى سعر التوازن الأصلي من جديد والعكس عندما يزيد السعر إلى أعلى من سعر التوازن .

3-4. إدخال الظروف الأخرى في الإعتبار (بخلاف الثمن) :

بعد أن درسنا كيفية تحديد ثمن التوازن بقوى العرض والطلب ، إلا أننا يجب أن نلاحظ أننا قد جرّدنا هذه الظاهرة الإقتصادية من المؤثرات والأشياء الأخرى (خلاف الثمن) وهي محصلة ظروف العرض والطلب. ولاشك أن أخذ هذه الظروف في الإعتبار يعمل على تغيير مستوى التوازن ، بحيث أنه بعد تدخل هذه الظروف ، يصبح مستوى التوازن أكبر أو أقل من مستوى التوازن الحالي

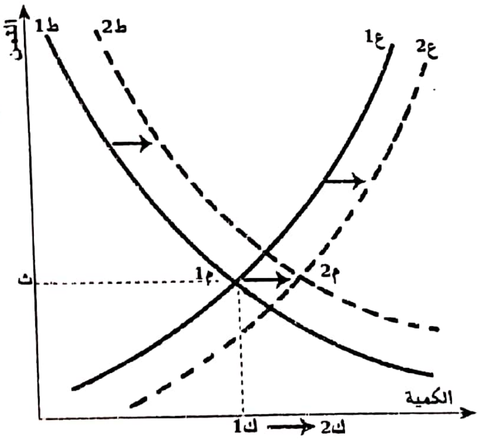
(أي قبل أن تحدث هذه الظروف) بسبب تدخل العوامل الخارجية التي أثرت على تحديد مستوى التوازن الجديد .

وسنعرض فيما يلي لكل حالة من حالات تغير هذه الظروف والعوامل :-

أولاً: تحديد ثمن التوازن عند تغير ظروف العرض والطلب " بالزيادة " (وبنسب متساوية) :

- قد تتجه ظروف " العرض " إلى الزيادة إذا حصلت السلعة على إعانة من الدولة مثلاً ، مما يؤدي إلى زيادة المنتجين لعرضهم من هذه السلعة وقد تحدث زيادة في " الطلب " إذا اتجهت أذواق المستهلكين إلى السلعة مثلاً، وإذا زاد كلاً من العرض والطلب ، فإن ثمن التوازن يتحدد في نقطة تقع على " يمين " نقطة الثمن الأصلي ، لأن منحنيا الطلب والعرض يتجهان في هذه الحالة إلى " اليمين " كما يتضح من الشكل التالي :

شكل رقم (20) : زيادة الطلب وزيادة العرض



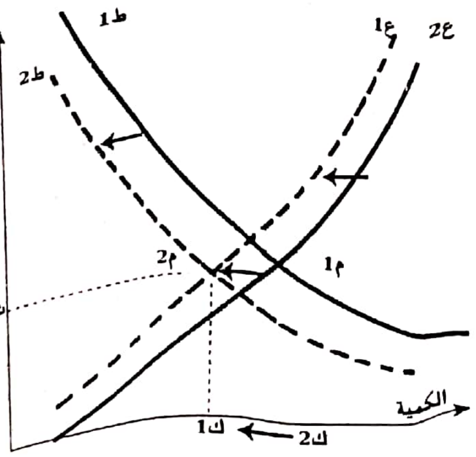
في الشكل المجاورتحدد ثمن التوازن أولاً عند النقطة "م1" عند تقاطع منحنيا العرض والطلب ولكن لما زاد العرض والطلب بنسب متساوية تحدد ثمن التوازن الجديد إلى اليمين من الثمن التوازني الأول ، أي عند النقطة "م2".

ونلاحظ أن : " مستوى ثمن التوازن " لم يتغير نظراً لتساوي نسبة التغير في العرض مع نسبة التغير في الطلب . كما يجب أن نلاحظ إتجاه المنحنيات دائماً إلى اليمين في حالة زيادة أيّاً من العرض أو الطلب .

ثانياً: تحديد ثمن التوازن عند تغير ظروف العرض والطلب بالنقص :

قد ينخفض "العرض" من السلعة نتيجة لظروف معينة مثل إرتفاع نفقات الإنتاج وقد ينخفض "الطلب" على السلعة نتيجة لإنخفاض ثمن السلعة منافسة لها وفي هذه الحالة يظهر لنا الشكل التالي كيف يتحدد ثمن التوازن الجديد .

شكل رقم (21) تحديد ثمن التوازن عند تغير ظروف العرض والطلب بالنقص :

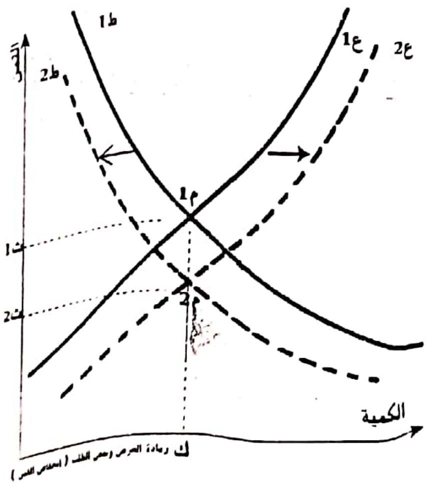


من الرسم المجاور يتضح أن منحنى الطلب والعرض قد اتجها "إلى اليسار" وذلك دليل على تغير الظروف بالنقص . وبعد أن كان يتحدد ثمن التوازن سابقاً عند نقطة م1 أصبح حالياً عند النقطة م2 ، وبرغم ثبات الثمن فإن الكمية المطلوبة المعروضة تقل عن الأول وذلك بسبب تغير الظروف في العرض والطلب بالنقص .

ثالثاً: تحديد ثمن التوازن عند تغير ظروف الطلب "بالنقص" وظروف العرض " بالزيادة ":

فقد يتجه الطلب نحو التناقص غي حين يتجه العرض إلى الزيادة بسبب ظروف مختلفة ولتحديد ثمن التوازن في ضوء الظروف الجديدة نجد التالي :-

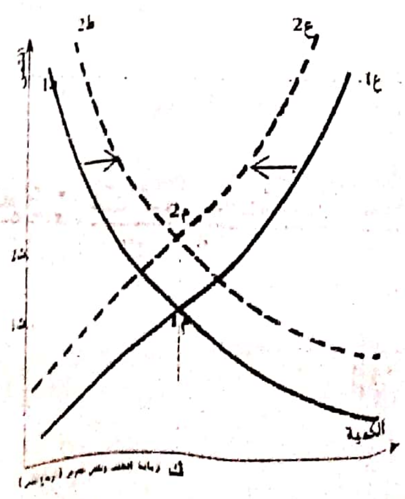
شكل رقم (22) : تغير ظروف الطلب بالنقص والعرض بالزيادة :



نلاحظ في الشكل المجاور إتجاه منحنى الطلب جهة اليسار (النقص) واتجاه منحنى العرض جهة اليمين (الزيادة) وبعد أن كان يتحدد ثمن التوازن عند النقطة م1 أصبح يتحدد عند النقطة م2 وعند مستوى ثمن أقل من المستوى السابق . ومن المنطقي أن يتزايد إنخفاض الثمن وبالتالي إنخفاض نقطة التوازن وتراجعها إلى أسفل كلما استمر العرض في التزايد واستمر الطلب في النقصان .

رابعاً: تغير ظروف الطلب بالزيادة وتغير ظروف العرض بالنقصان :

شكل رقم (23) تغير ظروف الطلب بالزيادة وتغير ظروف العرض بالنقصان :



وهي عكس الحالة السابقة فقد يزيد الطلب نتيجة لزيادة عدد المستهلكين بينما يقل العرض لارتفاع نفقات الإنتاج . ولتحديد ثمن التوازن الجديد نلاحظ الشكل المقابل :

ونلاحظ في هذا الشكل إرتفاع ثمن التوازن الجديد من م1 إلى م2 ولكن يجب أن نلاحظ أنه كلما زاد الطلب بنسبة أكبر من نسبة الزيادة الحالية كلما ارتفعت نقطة التوازن الجديدة إلى أعلى باستمرار .

خامساً: تحديد ثمن التوازن عند تغير ظروف العرض وثبات ظروف الطلب :

في هذه الحالة نفترض ثبات ظروف الطلب ونفترض تغير ظروف العرض زيادة أو نقصاً

أ. **ثبات الطلب " وزيادة " العرض :**

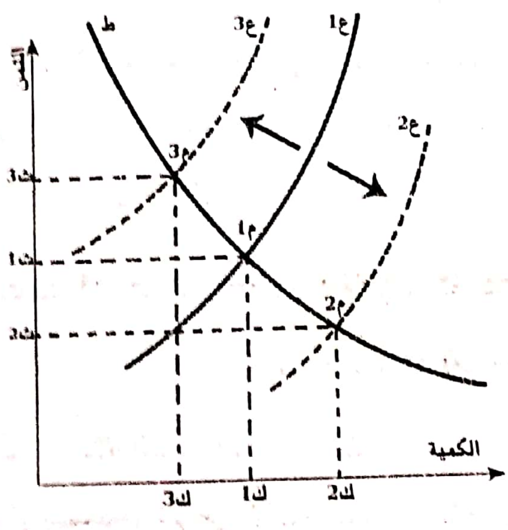
ونتيجة لزيادة العرض يتغير منحنى العرض جهة اليمين ومن ثم تتجه نقطة التوازن إلى أسفل حيث تتحدد الأثمان عند مستوى أقل من ذي قبل نظراً لزيادة العرض عن الطلب (م2) كما في الشكل رقم (24) .

ب. **ثبات الطلب و " نقص " العرض :**

ونتيجة لنقص العرض يتجه منحنى العرض جهة اليسار نظراً لظروف خاصة بالعرض . ونظراً لنقص الكمية المعروضة عن مستوى الطلب السائد فإن الثمن يتجه إلى أعلى ، فيقع ثمن التوازن الجديد في مستوى أعلى من المستوى السابق لثمن التوازن (م3) .

والشكل المقابل يوضح ذلك :

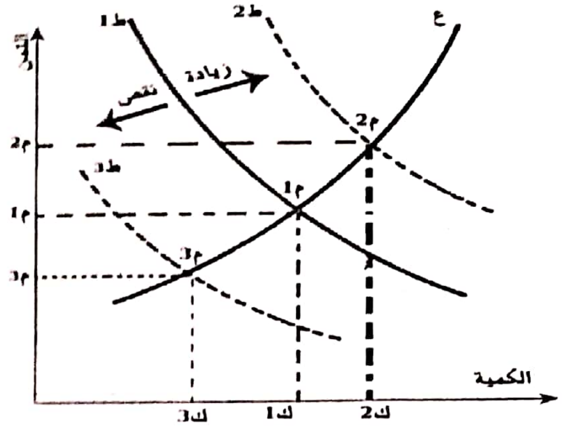
شكل رقم (24) تغير ظروف العرض وثبات ظروف الطلب :



سادساً: تحديد ثمن التوازن عند تغير ظروف الطلب بالزيادة أو النقص وثبات ظروف العرض :

وهذه الحالة عكس الحالة السابقة ، فهنا نفترض عدم حدوث أي تغير في ظروف " العرض " بينما تتغير ظروف " الطلب " بالزيادة أو النقص .

شكل رقم (25) تغير ظروف الطلب وثبات ظروف العرض



وكما نلاحظ في الشكل المقابل فإن نقطة التوازن الأصلية تقع عند إلتقاء منحنى العرض الأصلي ع مع منحنى الطلب الأصلي ط1 ، وهذه النقطة هي م1

أ. في حالة تغير ظروف الطلب بالزيادة يقع المنحنى الجديد للطلب إلى اليمين وهو المنحنى ط2 وتقع نقطة التوازن الجديدة (م2) أيضاً إلى يمين نقطة التوازن القديمة (م1) ولكن في مستوى أعلى منها ولذلك ترتفع الأثمان نتيجة لزيادة الطلب وثبات العرض .

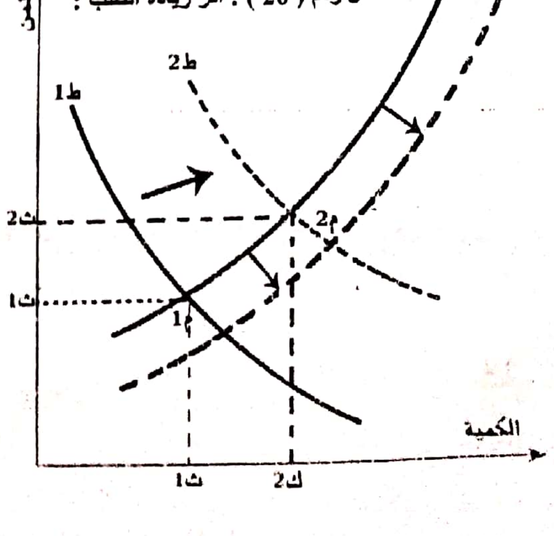
ب. وقد يحدث العكس ويتجه منحنى الطلب إلى اليسار من المنحنى الأصلي نتيجة لنقص الطلب ، ونعطيه رمز ط3 .

وفي هذه الحالة تتغير نقطة التوازن إلى م3 وهي أسفل نقطة التوازن الأصلية (م1) وتظهر لنا هبوط السعر بسبب نقص الطلب بينما ظل العرض ثابتاً .

سابعاً : تغير ظروف الطلب والعرض معاً مع تغير ظروف " الطلب بنسبة أكبر " من نسبة تغير ظروف العرض :-

وهذا الفرض أكثر واقعية من الفروض السابقة ، ففي كل ما تقدم لم نذكر في سياق التوضيح هل تغير كل من الطلب والعرض بنسب متساوية أم مختلفة .فقد يتغيرا معاً سواءً بالزيادة أو النقصان ولكن بنسب متفاوتة . والشكل المجاور يوضح هذه الظاهرة (تغير الطلب بالزيادة)

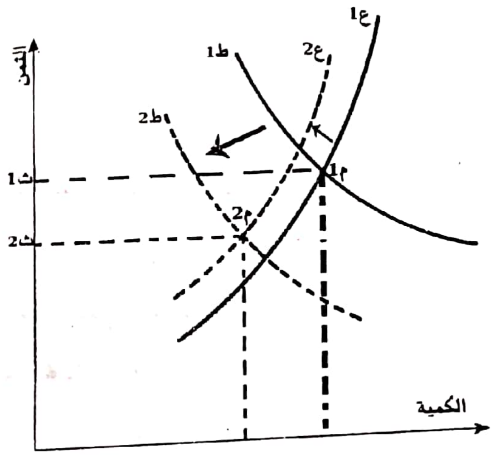
شكل رقم (26) : أثر زيادة الطلب :



نلاحظ في الشكل السابق أثر زيادة كل من ظروف الطلب وظروف العرض والتي أدت إلى انتقال منحنيي الطلب والعرض جهة اليمين ، ولكن بنسبة التغير في ظروف الطلب بالزيادة كانت أكبر فأدى ذلك إلى زيادة الطلب بنسبة أكبر من نسبة زيادة العرض فابتعد منحنى الطلب يميناً بنسبة أكبر من منحنى العرض ولذلك نجد أن مستوى التوازن الجديد يتحدد أعلى من مستوى التوازن الأصلي . وبعد أن كان ثمن التوازن هو ث1 أصبح ث2 .

أ. والشكل التالي يوضح إتجاه ظروف الطلب والعرض معاً إلى التناقص ولكن نسبة تناقص الطلب كانت أكبر من نسبة تناقص العرض :

شكل رقم (27) أثر نقصي الطلب بنسبة أكبر من نسبة نقص العرض :



في الشكل المقابل نجد أن كل من ظروف الطلب قد اتجهت نحو التناقص ، إلا أن نسبة تناقص الطلب كانت أكبر من نسبة تناقص العرض. لذلك اتجه منحنى الطلب الجديد (ط2) يساراً بنسبة أكبر من إتجاه منحنى العرض الجديد (ع2) وتحدد ثمن التوازن الجديد (م2) في نقطة تقع أسفل نقطة ثمن التوازن الأصلي (م1) بسبب انخفاض العرض بدرجة أقل.

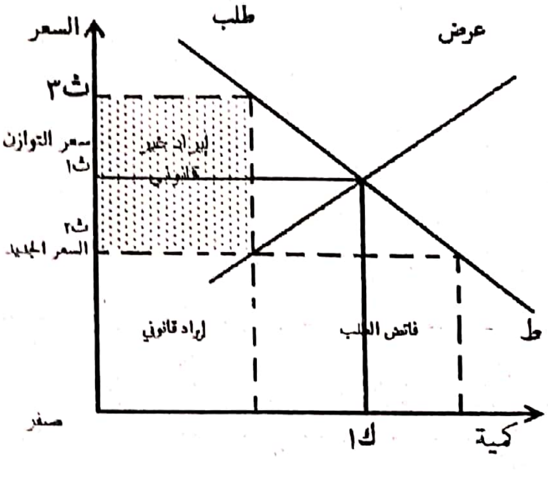
ثامناً: تغير ظروف العرض والطلب معاً إلا أن نسبة تغير ظروف العرض أكبر من نسبة تغير ظروف الطلب :

وهذا الفرض عكس الفرض السابق .

4-4. تطبيقات على توازن السوق :

1. حالة تدخل الحكومة وفرض حد أقصى لسعر سلعة ما :

شكل رقم (28): حالة فرض حد أقصى للسعر :

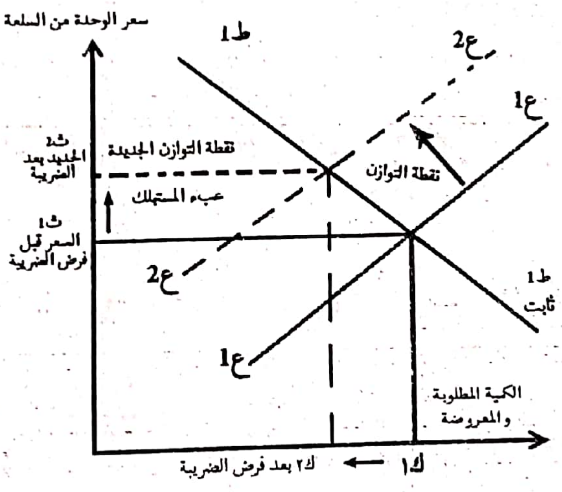


وذلك بوضع سعر أقل من سعر التوازن ، فأصبحت الكمية المطلوبة أكبر من الكمية المعروضة ، وأصبح هناك فائض طلب لم يتم إشباعه ويظهر إيراد قانوني من بيع السلعة بالسعر الرسمي + إيراد غير قانوني من بيعها بسعر أعلى في السوق السوداء وعند وضع سعر أعلى من سعر التوازن كحد أدنى للسعر فيظهر فائض عرض .

2. __فرض ضريبة غير مباشرة__ :

شكل رقم (29): حالة فرض ضريبة غير مباشرة :

مثال : ضريبة القيمة المضافة – يدفعها البائع :

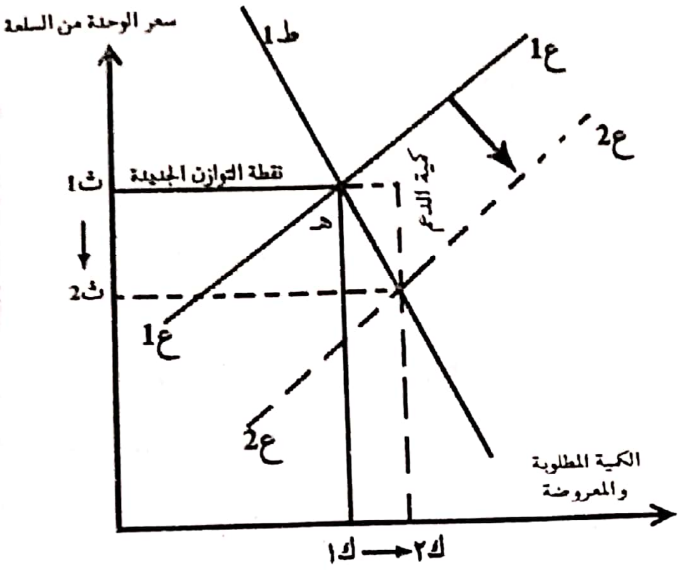


يؤدي فرضها إلى انتقال منحنى العرض ناحية اليسار بسبب ارتفاع سعر البيع فيقل المعروض من السلعة وعندما يكون الطلب على السلعة قليل أو عديم المرونة يتحمل المستهلك الجزء الأكبر من العبء الضريبي ، وعندما يكون الطلب كبير المرونة ، يتحمل البائع الجزء الأكبر من العبء الضريبي .

3. __حالة منح إعانة لمنتجي السلعة__ :

قد تمنح الحكومة بعض المنتجين إعانة بهدف تخفيض سعر سلعة ضرورية وذلك بتقديم مبلغ ثابت عن كل وحدة يتم إنتاجها ، وهذا يساعد في زيادة العرض وانتقال منحنى العرض إلى اليمين وينخفض سعر التوازن من ث1 إلى ث2 وتزيد الكمية المعروضة والمطلوبة إلى كمية التوازن من ك1 إلى ك2 كما في الشكل التالي :

شكل رقم (30): حالة منح إعانة لمنتجي السلعة :



ويستفيد المستهلك من الإعانة بمقدار الإنخفاض في السعر ويستفيد المنتج من الإعانة بمقدار الفرق بين قيمة الإعانة والإنخفاض في سعر السلعة .

1-5. تفسير نظرية سلوك المستهلك باستخدام فكرة المنفعة :

حاول العديد من الإقتصاديين في نهاية القرن الثامن عشر إدخال فكرة المنفعة في تفسير الظواهر الإقتصادية بصفة عامة ، إلا أنه في الثلث الأخير من القرن التاسع عشر تطورت هذه الفكرة على يد مجموعة من الإقتصاديين الإنجليز والفرنسيين والنمساويين ، وقد عُرفوا تحت مسميات عديدة منها : المدرسة النفسية ، مدرسة المنفعة ، المدرسة النمساوية ، ومدرسة المنفعة الحديّة .

1-1-5. مفهوم المنفعة :

يطلب المستهلك السلع والخدمات من أجل تحقيق المنفعة لنفسه ، والمنفعة هي : " شعور داخلي يكتسبه المستهلك نتيجة لاستهلاكه سلعة أو خدمة ما ".

ومن المعلوم أن درجة المنفعة التي يحصل عليها المستهلك تتناسب طردياً مع شدة حاجته إلى السلعة أو الخدمة ، فكلما كانت الحاجة شديدة ومُلحّة ، كلما كانت منفعة السلعة أو الخدمة التي تشبع هذه الحاجة كبيرة ، والعكس صحيح .

ويمكن التمييز بين نوعين من أنواع المنفعة :

- **المنفعة الحديّة**
- **والمنفعة الكلية**

- **المنفعة الحدية** : وهي المنفعة التي يكتسبها المستهلك من استهلاك الوحدة الأخيرة من سلعة ، بمعنى آخر : فإنها تمثل التغير في المنفعة الكلية نتيجة زيادة الكمية المستهلكة من السلعة بمقدار وحدة واحدة.
- **المنفعة الكلية** : وعبارة عن " مجموع المنافع المتحققة للمستهلك التي يحصل عليها المستهلك نتيجة استهلاكه كمية معينة من السلعة في فترة زمنية معينة " أو هي " إجمالي المنافع الحديّة التي حصل عليها المستهلك نتيجة استهلاكه وحدات متتالية من السلعة في فترة زمنية معينة ".

2-1-5. الإفتراضات التي تقوم عليها نظرية المنفعة الحديّة :

تستند هذه النظرية على مجموعة من الإفتراضات ، أهمها :

1. **رشد المستهلك :**

أي أن المستهلك عاقل ورشيد ، وأنه يسعى دائماً نحو تعظيم المنفعة الكلية التي يحصل عليها في حدود دخله .

2. **قابلية المنفعة للقياس الكمي :**

بمعنى أن المنفعة المكتسبة من استهلاك أي كمية من إحدى السلع أو الخدمات يمكن قياسها بطريقة عددية ، ولذلك تم إفتراض وجود وحدات لقياسها ، أُطلق عليها : **وحدات المنفعة** ، وهي ليست وحدات موضوعية تتسم بالثبات ، ولكنها تخضع للتقدير الشخصي وتتفاوت في قيمتها من شخص لآخر .

3. **ثبات المنفعة الحديّة للنقود :**

حيث أن أساس استخدام معيار ما كوحدة للقياس يتطلب أن يكون هذا المعيار متسماً بالثبات .

4. **تناقص المنفعة الحديّة المكتسبة :**

وهذا معنى أن منفعة أي وحدة إضافية يتم استهلاكها من السلعة تكون أقل دائماً من منفعة الوحدة السابقة عليها. وهذا ما يُطلق عليه " **قانون تناقص المنفعة الحديّة** ".

5. **إن المنفعة الكلية المكتسبة من استهلاك كمية من السلعة تعتمد في حجمها على الكمية المستهلكة من هذه السلعة .**
6. **إن دخل المستهلك محدد وثابت**
7. **إن السلع والخدمات التي يستهلكها الفرد متجانسة وقابلة للتجزئة.**
8. **أسعار السلع والخدمات تحددها السوق ، ولا يستطيع المستهلك الفرد وحده التأثير عليها .**
9. **إن أذواق المستهلك تظل ثابتة خلال الفترة محل الدراسة**

3-1-5. قانون تناقص المنفعة الحديّة :

عندما يقوم الفرد باستهلاك كمية من سلعة أو خدمة معينة ، فإنه يحصل كميات متفاوتة من المنفعة جراء استهلاكه لوحدات متتالية من هذه السلعة أو الخدمة وتفسير ذلك : **إذا كانت حاجة الفرد شديدة لهذه السلعة أو الخدمة فإن منفعة الوحدة الأولى من السلعة التي تشبع هذه الحاجة تكون كبيرة ، فإذا أشبع حاجته جزئياً فإن درجة إلحاح هذه الحاجة سوف تقل ، وبالتالي تكون منفعة الوحدة التالية التي يستهلكها أقل ، وكلما زاد إشباع الفرد باستهلاك وحدات متتالية ، فإن منفعة الواحدات الإضافية تقل تدريجياً.**

ويمكن صياغة قانون تناقص المنفعة الحديّة على النحو التالي :

"إن المنفعة التي يحصل عليها المستهلك من استهلاكه لأي وحدة من السلعة أو الخدمة تتناقص عند استهلاكه لوحدات متتالية ومتجانسة من هذه السلعة أو الخدمة خلال فترة زمنية معينة "

4-1-5. العلاقة بين المنفعة الحديّة والمنفعة الكلية

وهذا معناه أنه إذا عُرفت إحداهما فإنه يمكن معرفة الأخرى. فإذا علمنا مقدار المنافع الحديّة الناتجة عن استهلاك عدد معين من وحدات سلعة معينة ، فإنه يمكننا معرفة المنفعة الكلية عن طريق تجميع المنافع الحديّة عند كل مستوى من مستويات الإستهلاك .

كما يمكن معرفة المنفعة الحديّة عن طريق قسمة الفرق بين حجمين متتاليين من المنفعة الكلية على الفرق بين عددي الوحدات المستهلكة المناظرين لهما.

ويوضح الجدول التالي العلاقة بين المنفعة الحديّة والمنفعة الكلية المكتسبة من استهلاك كمية معينة من إحدى السلع :

جدول رقم (6) المنفعة الحديّة والمنفعة الكلية لسلعة ما :

عدد الوحدات المستهلكة	1	2	3	4	5	6	7
المنفعة الحدية	10	8	6	4	2	صفر	2-
المنفعة الكلية	10	18	24	28	30	30	28

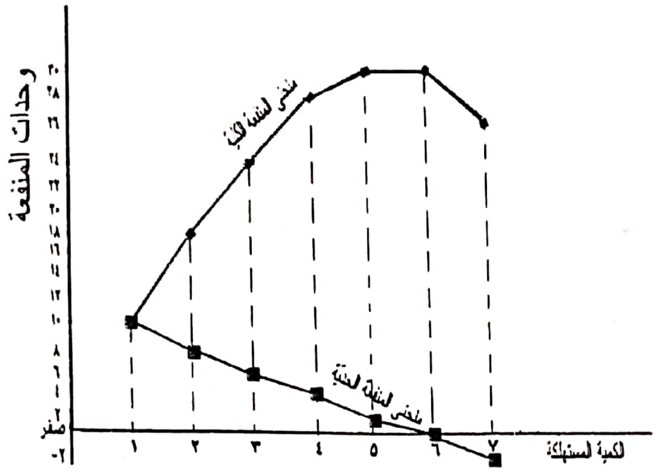
ويلاحظ في الجدول السابق ما يلي :

1. عند استهلاك الوحدة الأولى من السلعة تساوت المنفعة الحديّة مع المنفعة الكلية ، وكل منهما = 10 وحدات منفعة .
2. عند زيادة الكمية المستهلكة من هذه السلعة حتى يصل المستهلك إلى حد التشبع ، أي عند عدد 5 وحدات ، تكون المنفعة الحديّة موجبة ومتناقصة ، وتكون المنفعة الكلية قد بلغت إلى أقصى مستوى لها بعد استهلاك الوحدة الخامسة من السلعة .
3. عند استهلاك الوحدة السادسة من السلعة - بعد أن وصل المستهلك إلى حد التشبع –نجد أن المنفعة الحديّة المكتسبة فيها تكون صفراً ، وبذلك تبقى المنفعة الكلية بدون تغير.
4. أما إذا استمر المستهلك في استهلاك وحدات إضافية بعد الوحدة السادسة ، فإنه يترتب على هذا نقص في المنفعة الكلية ، نظراً لأن منفعة الوحدة السابعة سالبة . فاستهلاك هذه الوحدة الأخيرة لا يترتب عليه بالنسبة للمستهلك أي منفعة ، بل تسبب له ضرراً.

منحنى المنفعة الحديّة والمنفعة الكلية :

ويمكن باستخدام الأرقام الواردة في الجدول السابق تمثيل كل من المنفعة الحديّة والمنفعة الكلية بيانياً على النحو التالي :

شكل رقم (31) : المنفعة الحديّة والمنفعة الكلية :



5-1-5. توازن المستهلك باستخدام فكرة المنفعة الحدية:

تعريف توزن المستهلك : " هو ذلك الوضع الذي يصل فيه المستهلك إلى أقصى إشباع ممكن وأقصى منفعة من توزيع الدخل وفي ظل الأسعار السائدة على شراء سلع مختلفة ، بحيث أنه لا يرغب في تغيير هذا الوضع ".

وباستخدام طريقة المنفعة الحديّة فإن المستهلك يصل إلى أقصى إشباع له عندما تتساوى المنافع الحديّة للسلع المشتراه مقسومة على أسعارها مع المنفعة الحديّة للنقود التي يتم إنفاقها .

فإذا كان المستهلك ينفق دخله على شراء السلعتين (أ) ، (ب) .... ، (ن) . فإنه يمكننا صياغة شرطي التوازن كالتالي :

الشرط الأول :

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة أ}}{\text{ثمن الوحدة من السلعة أ}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة ب}}{\text{ثمن الوحدة من السلعة}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة ن}}{\text{ثمن الوحدة من السلعة ن}} = \text{المنفعة الحدّية للنقود}$$

أي : $\frac{\text{م ح أ}}{\text{س أ}} = \frac{\text{م ح ب}}{\text{س ب}} = \frac{\text{م ح ن}}{\text{س ن}} = \text{م ح ق}$

فإذا كانت المنفعة الحدية لسلعة ما أكبر من المنفعة الحدية لسلعة أخرى ، فإن المستهلك سوف يستمر في إنفاق المزيد من دخله على شراء كميات إضافية من السلعة التي تكون منفعتها الحديّة أكبر ، حتى تتساوى مع السلعة الأخرى .

الشرط الثاني :

أنه ينفق دخله كاملاً على شراء هاتين السلعتين . فإذا كانت القيمة الإجمالية لمشترياته أقل من دخله ، فهذا يعني شراؤه لكميات أقل من السلع ، أي أنه لا يحقق أقصى إشباع ممكن .

أما إذا كان مجموع أثمان السلع التي يرغب في شراؤه أكبر من دخله ، فهذا وضع لا يمكن تحقيقه .

وفيما يلي مثال يوضح كيفية تطبيق فكرة توازن المستهلك :

نفترض أن أحد المستهلكين يملك 18 جنيها ، وهذا المستهلك يريد توزيع دخله بين سلعتين هما السلعة (أ) والسلعة (ب) .

ونفترض أن ثمن الوحدة من السلعة (أ) = 3 جنيهات وأن ثمن الوحدة من السلعة (ب) = 2 جنيه.

- فكيف يتحقق توازن هذا المستهلك ؟
- وما هو عدد الوحدات التي يجب عليه شراؤها من كل من السلعتين عند وضع التوازن ؟
- وما هي المنفعة الكلية التي سوف يحصل عليها ؟

جدول رقم (7) كيفية تحديد وضع توازن المستهلك

السلعة (أ)			السلعة (ب)		
عدد الوحدات	م ح أ	م ح أ / س أ	عدد الوحدات	م ح ب	م ح ب / س ب
1	42	14	1	40	20
2	36	12	2	36	18
3	60	10	3	32	16
4	27	9	4	30	15
5	21	7	5	28	14
6	15	5	6	24	12

7	9	3	7	18	9
8	صفر	صفر	8	8	4
9	2-	0.66-	9	صفر	صفر

ويكون الحل على النحو التالي:

يتحقق التوازن عندما يشتري هذا المستهلك عدد (2) وحدة من السلعة (أ) ، وعدد (6) وحدات من السلعة (ب) .

فعند هذا الوضع تتساوى المنفعة الحدية للنقود في كلتا السلعتين .

- ففي السلعة (أ) تكون المنفعة الحديّة لوحدة النقد عند شراء وحدتين منها :

$$= \frac{\text{المنفعة الحدية}}{\text{ثمن الوحدة}} = \frac{36}{3} = 12$$

- وفي السلعة (ب) تكون المنفعة الحديّة لوحدة النقد عند شراء (6) وحدات منها = $\frac{24}{2} = 12$

وبذلك يتحقق شرط التوازن الأول وهو تساوي المنفعة الحديّة للنقود

أما الشرط الثاني لتحقيق التوازن وهو أن يتساوى ما أنفقه عند هذا المستوى مع دخله ، فقد تحقق أيضاً ، فإن مجموع ما أنفقه على شراء السلعتين :

= مجموع ما أنفقه على السلعة (أ) + مجموع ما أنفقه على السلعة (ب)

= (2 × 3) + (6 × 2) = 18 جنيها أي يساوي دخل هذا المستهلك دون زيادة أو نقصان .

ويلاحظ أيضاً من الجدول السابق أن شرط التوازن قد تحقق أيضاً عند شراء وحدة واحدة من السلعة (أ) + 5 وحدات من السلعة (ب) حيث تتساوى $\frac{\text{م ح أ}}{\text{س أ}}$ **مع** $\frac{\text{م ح ب}}{\text{س ب}}$ **= 14**

ولكن يلاحظ أن الشرط الثاني لم يتحقق وهو أن المستهلك لم ينفق كامل دخله لأنه أنفق في هذه الحالة مبلغ = (1 × 3) + (5 × 2) = 3 + 10 = 13 جنيها فقط

ولم يقم بشراء أكبر كمية من هاتين السلعتين في حدود دخله بالكامل . إذاً لم يتحقق له أقصى مستوى ممكن من الأشباع ، ولم يصل بالتالي إلى وضع التوازن .

ويتضح أيضاً من الجدول السابق أن :

هذا المستهلك كان يمكنه شراء 4 وحدات من السلعة (أ) + 7 وحدات من السلعة (ب) ، حيث تتساوى أيضاً المنفعة الحدية للنقود المُنفقة على شراء كلتا السلعتين ، ولكن ما يمنع تحقيق توازن المستهلك في هذه الحالة أن المستهلك سوف ينفق أكثر من دخله (وهذا غير ممكن) ، فتكلفة الشراء هنا :

= (4 × 3) + (7 × 2) = 12 + 14 = 26 جنيها

وبما أن دخل المستهلك هو 18 جنيها فقط ، فإنه يتم استبعاد هذا الخيار .

كما يلاحظ أيضا من الجدول السابق أن هذا المستهلك بشرائه وحدتين من السلعة أ + 6 وحدات من السلعة ب قد تمكن من الحصول على أقصى منفعة كلية في حدود دخله .

فالمنفعة الكلية التي حصل عليها = مجموع المنافع الحديّة التي حصل عليها من شراء هذه الكمية من السلعتين (أ) ، (ب)

أي = مجموع منافع السلعة (أ) = 42 + 36 = 78 وحدة منفعة

ومجموع منافع السلعة (ب) = 40 + 36 + 32 + 28 + 24 = 160 وحدة منفعة

فيكون إجمالي المنافع المتحصل عليها = 268 وحدة منفعة

ولو أن هذا المستهلك فضل الخيار الثاني وهو : شراء وحدة واحدة من السلعة (أ) ، وشراء (5) وحدات من السلعة (ب) ، فإنه برغم تساوي المنفعة الحديّة للنقود عند شراء كل من السلعتين (14) ، فإن المنفعة الكلية التي سوف يحصل عليها المستهلك في هذه الحالة أقل من المنفعة الكلية التي سوف يحصل عليها في حالة شراء وحدتين من السلعة (أ) وست وحدات من السلعة (ب) . وهذا مما يبعد المستهلك عن وضع التوازن .

6-1-5. فائض المستهلك :

يعتبر الإقتصادي الإنجليزي " مارشال " من أوائل من أوضحوا فكرة فائض المستهلك ، وكان يقصد بفائض المستهلك : " هو الفرق بين القيمة التي يدفعها المستهلك فعلاً والقيمة التي كان على استعداد لدفعها أصلاً ، وإذا قمنا بجمع الفائض بالنسبة لكل وحدة فإننا سوف نحصل على إجمالي فائض المستهلك وقدره = 28 جنيهاً .

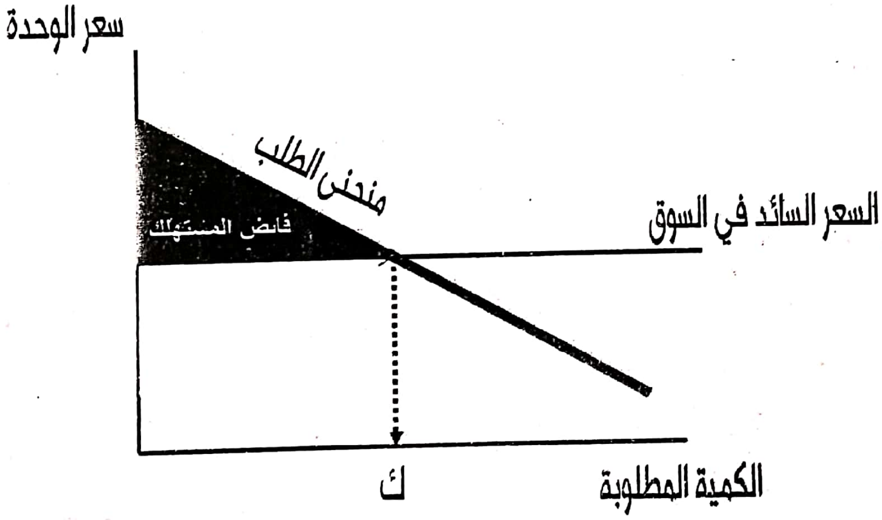
ويمكن عرض هذه الفكرة في هيئة جدول فائض المستهلك ، كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (8) : فائض المستهلك بالنسبة للسلعة (أ) :

وحدات السلعة (أ)	الثمن الذي كان المستهلك مستعداً لدفعه	الثمن السائد في السوق	فائض المستهلك
1	8	4	4
2	7	4	3
3	6	4	2
4	5	4	1
5	4	4	صفر

ويمكن توضيح فكرة فائض المستهلك بالرسم البياني بالإستعانة بشكل منحنى طلب المستهلك ، وهنا نلاحظ أن فائض المستهلك يساوي المساحة المظللة المحصورة بين منحنى الطلب وخط السعر ، كما يظهر في الشكل التالي :

شكل رقم (32) فائض المستهلك :



2-5. تحليل توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء :

رأينا أن نظرية المنفعة الحديّة إعتمدت على افتراض مفاده أنه يمكن قياس المنفعة قياساً عددياً ، غير أن المنفعة في واقع الأمر ذات طبيعة شخصية ولا يمكن أن تقاس قياساً كمياً في صورة أرقام محددة وموحدة على مستوى كل سلعة ، لأن المستهلك وحده هو الذي يستطيع أن يدرك مدى النفع الذي يحصل عليه من استهلاكه لسلعة ما ، وبالتالي تختلف درجة منفعة السلعة الواحدة من شخص لآخر تبعاً لتقييم الشخص لكل منهما . ونظراً لذلك فقد ظهر إتجاه جديد في تحليل سلوك المستهلك إعتماداً على فكرة المنفعة الترتيبية . وتفترض فكرة المنفعة الترتيبية أن المستهلك يستطيع فقط أن يقرر أن السلعة (أ) أكثر نفعاً أو أقل نفعاً من السلعة (ب) ، وأن السلعة (ب) أكثر نفعاً أو أقل نفعاً من السلعة (ج) وهكذا ... دون الحاجة لتحديد مستوى منفعة كل سلعة من هذه السلع بأرقام حسابية ، وهكذا ظهر أسلوب جديد لتحليل سلوك المستهلك أُطلق عليه " **التحليل الحديث** " ، والذي يتناول دراسة وتحليل سلوك المستهلك وتوازنه بأداة تحليل جديدة أُطلق عليها " **منحنيات السواء** ".

وقد ابتكر هذه الطريقة الإقتصادي البريطاني " فرانسيس أد جورث " عام 1881م ، كما طورها بعد ذلك الإقتصادي الإيطالي " باريتو " عام 1906م .

وقد انتشر هذا الأسلوب في تحليل سلوك المستهلك على يد إثنين من الإقتصاديين البريطانيين وهما "جون هيكس " ، و " جون آلن " منذ عام 1930م وهذا الأسلوب في تحليل سلوك المستهلك ، يقوم على أساس أفضلية إختيار المستهلك بين مجموعات من وحدات السلع المختلفة من خلال إستخدام " منحنيات السواء " مع استخدام ما يسمى بـ " خط الدخل " أو " خط الميزانية " .

وفيما يلي سنتناول تحليل سلوك المستهلك باستخدام منحنيات السواء :

1-2-5. جدول ومنحنى السواء :

أولاً : جدول السواء :

نفترض أن أحد المستهلكين له دخل محدد وأنه يريد إنفاقه على شراء سلعتين فقط هما السلعة (أ) والسلعة (ب) وقد قام بتشكيل مجموعات مختلفة مزج في كل منهما بين هاتين السلعتين ، وقد راعى أنه برغم اختلاف مزيج (توليفة) كل مجموعة سلعية عن التوليفات في المجموعات الأخرى ، إلا أن كل مجموعة سلعية من السلعتين تعطي نفس مستوى الإشباع الذي تعطيه المجموعات الأخرى .

والجدول التالي يشمل توليفات المجموعات السلعية المختلفة التي يجب على هذا المستهلك أن يختار إحداها :

جدول رقم (9) جدول السواء ومعدل الإحلال الحدي :

المجموعات السلعية	كمية السلعة (س)	كمية السلعة (ص)	المعدل الحدي لإحلال السلعة ص محل السلعة س = $\frac{\Delta \text{س}}{\Delta \text{ص}}$
أ	14	1	-
ب	10	2	4
ج	7	3	3
د	5	4	2

نفترض في الجدول السابق أن المستهلك يقوم باستهلاك سلعتين فقط هما السلعة (س) والسلعة (ص) ، وقد قام بتكوين عدة مجموعات سلعية من هاتين السلعتين ، مع مراعاته أن تعطي كل مجموعة سلعية نفس مستوى إشباع المجموعات الأخرى . فالمجموعة الأولى (أ) المكونة من (14) وحدة من السلعة (س) + (1) وحدة واحدة من السلعة (ص) تعطيه نفس مستوى الإشباع الذي يمكن أن يحصل عليه من خلال إستهلاكه للمجموعة الثانية (ب) والمكونة من (10) وحدات من السلعة (س) + (2) وحدة من السلعة (ص) . ونفس مستوى الإشباع يمكن الحصول عليه من استهلاك باقي المجموعات .

ونلاحظ من الجدول السابق أن المستهلك عندما كان يزيد من استهلاكه من السلعة (ص) بمقدار وحدة واحدة ، فإنه كان يتنازل في المقابل عن عدد من الوحدات من السلعة (س) يتساوى في منفعته مع الزيادة في كمية منفعة السلعة (ص) نتيجة استهلاكه وحدة إضافية ، كما نلاحظ أن معدل إحلال السلعة (ص) محل السلعة (س) هو معدل متناقص نظراً للإشباع المتزايد الذي يحصل عليه من السلعة (ص).

ثانياً : منحنى السواء :

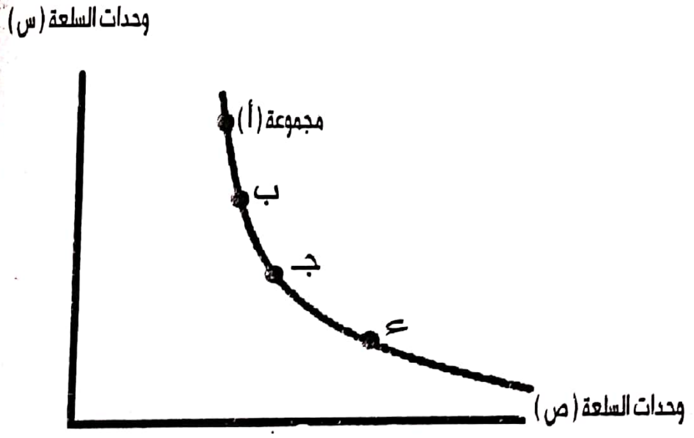
ويمكن تمثيل الجدول السابق في شكل بياني ، حيث نقيس على المحور الرأسي كمية السلعة الأولى (س) ، ونقيس على المحور الأفقي كمية السلعة الأخرى (ص) ، وتُمثّل كل مجموعة من

المجموعات السلعية السابقة بنقطة معينة ، ثم نقوم بتوصيل هذه النقاط بعضها بالبعض الآخر ، ومن ثم نحصل على ما يُطلق عليه " منحنى السواء " .

تعريف منحنى السواء :

" وهو ذلك المنحنى الذي يوضح توليفات مختلفة من سلعتين والتي تعطي كل منها للمستهلك نفس مستوى الإشباع ، بمعنى أن المستهلك يجد أنها على حد سواء بالنسبة له ، حيث أنه لا يوجد إختلاف بينها ، وأن منفعتها متساوية " .

شكل رقم (33) منحنى اسواء :



ولو أفترضنا أنه تمت زيادة الوحدات التي يحصل عليها المستهلك من كلتا السلعتين (س) ، (ص) في كل مجموعة أو (توليفة) لتكونت مجموعات جديدة من هاتين السلعتين وهذه المجموعات تعطي مستوى أعلى من الإشباع من المجموعات السابقة ، وسوف نحصل على منحنى سواء جديد أعلى من المنحنى السابق (يتجه بأكمله ناحية اليمين) .

وبنفس الكيفية ، لو انخفض عدد وحدات السلعتين في كل مجموعة من المجموعات السلعية الأربع ، سوف ينتقل بالتالي منحنى السواء الجديد ناحية اليسار ، ويعني ذلك مستوى أقل من الإشباع .

2-2-5. خصائص منحنيات السواء :

ومن أهم خصائص منحنيات السواء ما يلي :

- منحنيات السواء لا يمكن أن تتقاطع
- تنحدر منحنيات السواء من أعلى اليسار إلى أسفل جهة اليمين

- تكون منحنيات السواء محدبة نحو نقطة الأصل

5-2-3. الإفتراضات التي يقوم عليها تحليل منحنيات السواء :

يستند تحليل السواء إلى مجموعة من الإفتراضات من أهمها :

1. رشد المستهلك :

بمعنى أن المستهلك عاقل ورشيد وأنه يحاول أن يختار المجموعة السلعية التي يمكن أن تحقق له أقصى إشباع ممكن .

2. مفهوم المنفعة مفهوم ترتيبي :

وهذا معناه أن المستهلك يستطيع مقارنة مستويات الإشباع المتحصلة من كل مجموعة سلعية ، بحيث يستطيع مقارنة هذه المستويات المختلفة وترتيبها تنازلياً أو تصاعدياً ، دون تحديد لكمية الإشباع لأي مجموعة سلعية .

3. تناقص معدل الإحلال الحدي :

ويقوم المستهلك بتقدير معدل الالإحلال الحدي طبقاً لرغباته وأذواقه . ويوضح هذا المعدل أن المستهلك يكون مستعداً للتنازل عن وحدات أقل فأقل من سلعة من سلعة ما مقابل حصوله على وحدة (أو وحدات) إضافية من السلعة التي يرغب في الحصول على المزيد منها ، وهذا يرجع إلى تزايد غشباعه تدريجياً من السلعة الثانية التي يرغب في زيادة عدد وحداتها .

4. حجم المنفعة الكلية التي يحصل عليها المستهلك من سلعة ما يتناسب طردياً مع الكمية المستهلكة منها

5-2-4. خريطة السواء :

عند مستوى معين من الدخل ومستوى محدد من الأسعار ، فإننا نتمكن من رسم منحنى سواء يتناسب مع المجموعات السلعية المختلفة .

ولكن ماذا يحدث لو تغير الدخل أو تغيرت الأسعار ؟

وهنا نكون أمام حالتين :

1. لو زاد الدخل وبقيت الأسعار كما هي ، أو بقى الدخل ثابتاً ونقصت الأسعار فإن عدد الوحدات السلعية التي يحصل عليها المستهلك داخل كل مجموعة سلعية سوف يزداد ، وهذا يؤدي إلى إنتقال منحنى السواء بأكمله إلى اليمين أعلى المنحنى الذي وُجِدَ قبل هذا التغيير . وهذا معناه مستوى أكبر من الإشباع .
2. لو نقص الدخل وبقيت الأسعار كما هي ، أو بقي الدخل ثابتاً وزادت الأسعار : فإن عدد الوحدات السلعية التي سوف يحصل عليها هذا المستهلك داخل كل مجموعة سلعية سوف ينقص ، الأمر الذي يؤدي إلى إنتقال منحنى السواء جهة اليسار أسفل المنحنى الأول . وهذا معناه مستوى أقل من الإشباع .

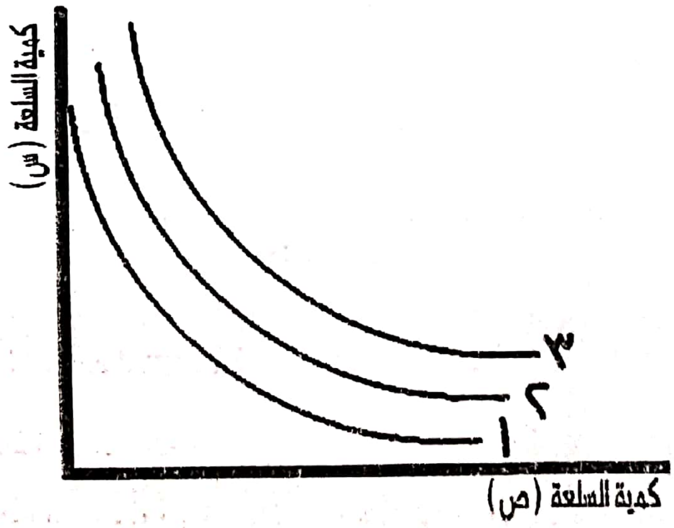
وبناءً على ذلك فإنه يمكننا مجموعة من منحنيات السواء وكل منها يعطي مستوى معين من الإشباع يزداد كلما اتجهنا يميناً ، وينقص كلما اتجهنا يساراً ، أما المجموعات التي تقع كلها على منحنى معين فإنها تعطي نفس مستوى الإشباع .

نخلص مما سبق إلى أنه يمكننا تصور وجود منحنيات سواء عديدة على الإفتراضات السابقة تكوّن في مجموعها ما يسمى بـ " خريطة السواء " .

تعريف خريطة السواء :

تمثل خريطة السواء مستويات مختلفة من الإشباع يكون عليها المستهلك في ظل تغيرات في الدخل أو الأسعار السائدة للسلع والخدمات التي يستهلكها ويمكن أن تتخذ خريطة السواء الشكل التالي :

شكل رقم (34) خريطة السواء :



تُظهر خريطة السواء وجود ثلاث منحنيات للسواء ، والمنحنى الأول رقم (1) يشير إلى أدنى مستوى للإشباع ، أما المنحنى الثاني فيظهر مستوى أعلى من الإشباع ، أما المنحنى رقم (3) فيشير إلى مستوى إشباع أعلى من الأول والثاني .

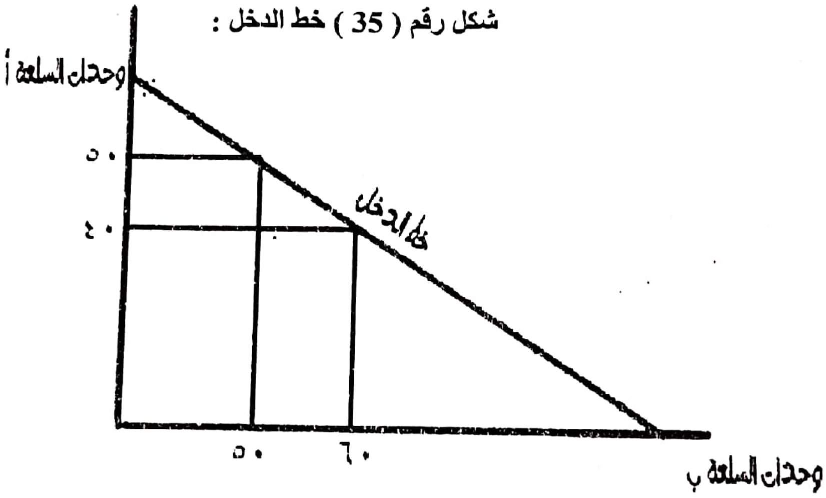
5-2-5. خط الدخل (أو خط الميزانية) :

وهو الخط الذي يعكس مجموعات سلعية مختلفة يمكن للمستهلك الحصول عليها في حدود دخله النقدي وفي ظل الأسعار السائدة في السوق .

ولو فرضنا أن أحد المستهلكين خصص دخله وقدره 100 جنيه على شراء سلعتين هما السلعة (س) والسلعة (ص) وإن سعر الوحدة الواحدة من كلتا السلعتين هو جنيه واحد ، فإنه يمكنه شراء 50 وحدة من السلعة (س) + 50 وحدة من السلعة (ص) ، أو يمكنه شراء 40 وحدة من السلعة (س) + 60 وحدة من السلعة (ص) ..... وهكذا

فهو يشتري حسب تفضيلاته ولكن في حدود دخله وفي ظل الأسعار السائدة ويأخذ خط الدخل أو خط الميزانية الشكل التالي :

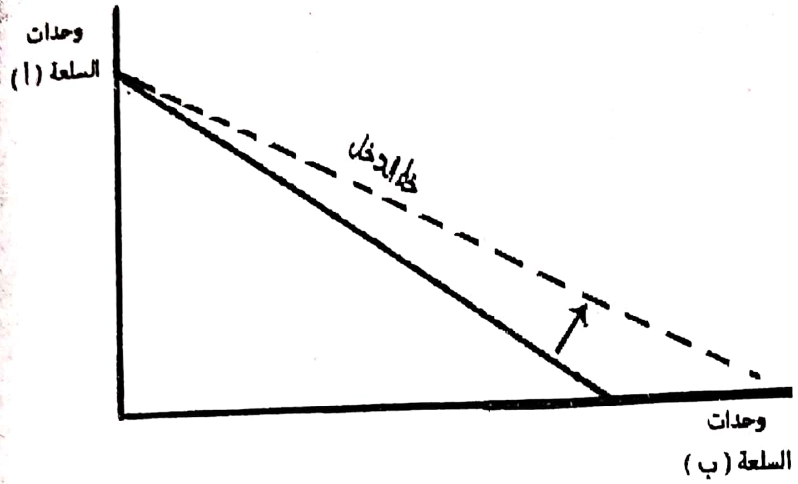
شكل رقم (35) خط الدخل :



<u>إستدارة خط الدخل للداخل أو للخارج:</u>

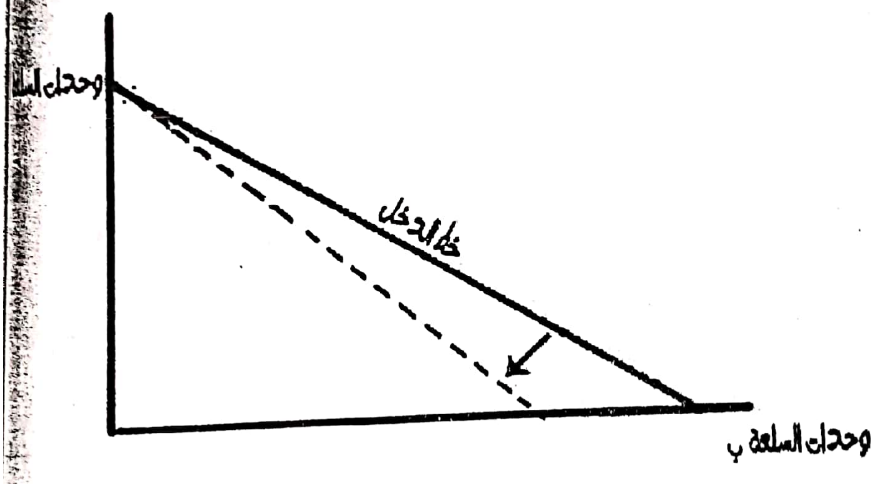
1. يستدير خط الميزانية للخارج في عدة أحوال ، فقد ينخفض ثمن الوحدة من السلعة (ب) ، ويبقى سعر الوحدة من السلعة (أ) ثابتاً ، وهذا معناه أن المستهلك يمكنه في حدود دخله زيادة الكمية المشتراه من السلعة التي إنخفض سعرها مع التزامن بحدود دخله ، والشكل التالي يوضح ذلك :

شكل رقم (36) إستدارة خط الميزانية للخارج :



2. وقد يستدير خط الميزانية للداخل إذا ارتفع سعر السلعة (ب) وبقي سعر السلعة (أ) ثابتاً فيشتري كمية أقل من السلعة (ب) وذلك على النحو التالي :

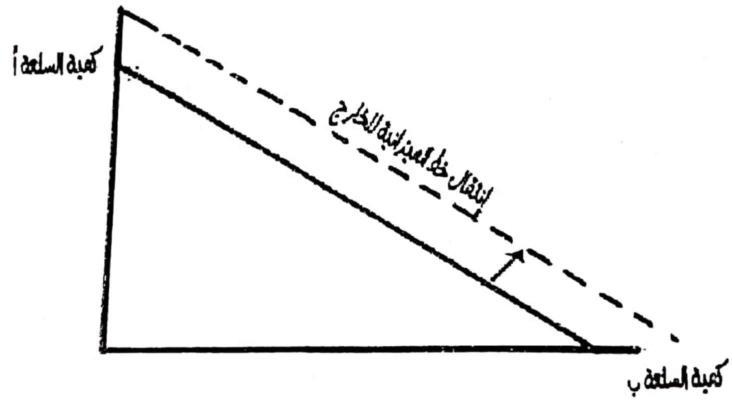
شكل رقم (37) إستدارة خط الميزانية للداخل :



إنتقال خط الدخل :

إذا زاد دخل المستهلك وبقيت أسعار السلع ثابتة ، فإنه يمكنه شراء كميات أكبر من السلع في حدود دخله الجديد ، وهنا ينتقل خط الدخل بأكمله ناحية الخارج (يميناً) وهذا معناه أن مستوى إشباع المستهلك قد زاد (والعكس في حالة نقص دخل المستهلك أو زيادة الأسعار مع ثبات دخل المستهلك) .

شكل رقم (38) : إنتقال خط الميزانية للخارج :



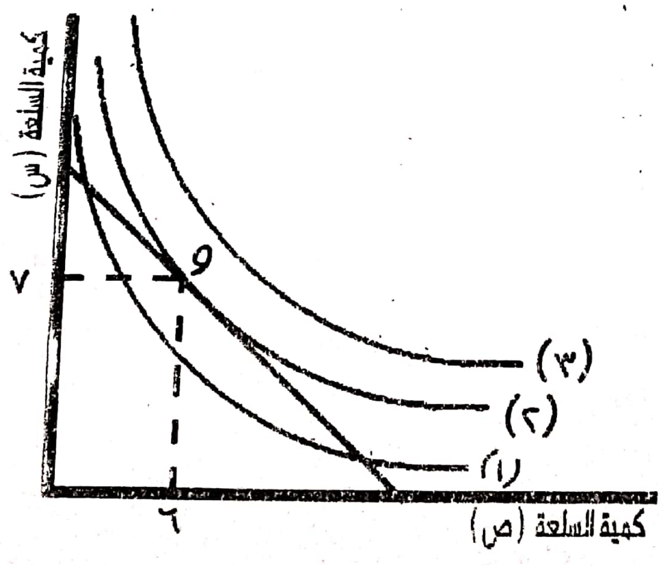
6-2-5. توازن المستهلك :

بعد أن علمنا أن خريطة السواء التي تحوي عدة منحنيات سواء يمثل كل منها مستوى معين من الإشباع يمكن أن يحصلعليه المستهلك ، ويزداد مستوى الإشباع كلما كان منحنى السواء أكثر إتجاهاً ناحية اليمين. وعلمنا أيضاً أن خط الدخل يحدد التشكيلات أو (التوليفات) السلعية التي يمكن أن يحصل عليها المستهلك في حدود دخله وفي ظل أسعار محددة . والآن سوف نشرع في تحديد نقطة توازن المستهلك باستخدم منحنيات السواء وخط الدخل .

بجمع منحنيات السواء وخط الدخل في شكل واحد تتحدد نقطة توازن المستهلك الذي يصل عندها إلى أقصى إشباع ممكن في حدود دخله وفي ظل أسعار محددة . ونقطة التوازن هي النقطة التي تتحدد بإلتقاء خط الدخل مع أعلى منحنى سواء (جهة اليمين) يمكن أن يصل إليه الدخل . وعند هذه النقطة (نقطة توازن المستهلك) يتحقق أعلى إشباع ممكن لهذا المستهلك في حدود دخله وفي ظل الأسعار السائدة.

والشكل التالي يوضح كيفية تحديد وضع توازن المستهلك :

شكل رقم (39) توازن المستهلك :



من الشكل السابق تم تحديد النقطة (و) على أنها التوازن ، وهي النقطة التي يمس فيها خط الدخل المنحنى (2) وهو أقصى منحنى يمكن أن يصل إليه هذا المستهلك في حدود دخله وميزانيته وفي حدود الأسعار السائدة ، وتمثل أقصى إشباع ممكن للمستهلك ، وبها تتحدد الكميات التي ينبغي لهذا الميتهلك شراؤها من السلعة (س) وهي 7 وحدات ، ومن السلعة (ص) وهي 6 وحدات .

أما بالنسبة لمنحنى (1) فإنه وإن كان يمثل توليفة سلعية يمكن للمستهلك شراؤها لأنها تكلفة أقل من قيمة دخله ، ولكن بإعتبارها تحوي كمية أقل من السلعتين (س) و (ص) فهذا معناه أنها تعطيه مستوى إشباع أقل من مستوى التوازن .

وبالنسبة للمنحنى رقم (3) فإنه برغم أنه يمثل تشكيلة سلعية أكبر مما يحويه منحنى رقم (2) ، إلا أنها تتطلب للحصول عليها مبلغاً أكبر من الدخل المتاح لهذا المستهلك ، ولهذا يكون هذا الإختيار غير قابل للتحقيق .